



УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц,  
О. В. Памбухчиянц

---

**ОРГАНИЗАЦИЯ,  
ТЕХНОЛОГИЯ  
И ПРОЕКТИРОВАНИЕ  
ПРЕДПРИЯТИЙ  
(В ТОРГОВЛЕ)**

УЧЕБНИК



Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц,  
О. В. Памбухчиянц

# ОРГАНИЗАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ (в торговле)

*Учебник*

12-е издание,  
переработанное и дополненное

*Рекомендовано уполномоченным учреждением  
Министерства образования и науки РФ —  
Государственным университетом управления  
в качестве учебника для студентов  
высших учебных заведений, обучающихся  
по направлениям подготовки «Торговое дело»  
и «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр»)*

Регистрационный номер рецензии 144 от 15 марта 2013 г.  
(Федеральный институт развития образования)

Москва  
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
2019

**УДК 658.6**  
**ББК 65.9(2)**

**Д21**

**Авторы:**

*Л. П. Дашков* — доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации;

*В. К. Памбухчиянц* — доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации;

*О. В. Памбухчиянц* — кандидат экономических наук, доцент.

**Рецензенты:**

*Ф. Г. Панкратов* — доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации;

*В. И. Пивоваров* — доктор экономических наук, профессор, академик Международной академии информатизации.

**Дашков Л. П.**

**Д21**

Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): Учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 456 с.

ISBN 978-5-394-02471-9

Учебник подготовлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

С учетом современного опыта, с использованием действующих нормативных правовых документов рассматриваются вопросы организации, технологии и проектирования торговых предприятий: основы построения процесса товародвижения, роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений, организация складского хозяйства, товароснабжение розничной торговой сети, технология розничной торговли. Отдельные главы учебника посвящены транспортному обеспечению торговой деятельности и ее правовому регулированию, управлению торгово-технологическим процессом и организации труда в торговле, проектированию и строительству предприятий торговли.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Торговое дело» и «Экономика», а также специалистов коммерческих служб торговых организаций, начинающих предпринимателей и слушателей школ бизнеса.

ISBN 978-5-394-02471-9

© Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К.,  
Памбухчиянц О. В., 2014

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2014

# СОДЕРЖАНИЕ

---

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	7
<b>Глава 1. ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ ПРОЦЕССА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ</b> .....	11
§ 1.1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения .....	11
§ 1.2. Принципы рационального построения процесса товародвижения .....	14
§ 1.3. Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли .....	16
<b>Глава 2. ОПТОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ИХ ФУНКЦИИ, ТИПЫ И ВИДЫ</b> .....	21
§ 2.1. Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений .....	21
§ 2.2. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения .....	23
<b>Глава 3. КЛАССИФИКАЦИЯ, УСТРОЙСТВО И ПЛАНИРОВКА ТОВАРНЫХ СКЛАДОВ</b> .....	26
§ 3.1. Назначение и функции складов, их классификация ....	26
§ 3.2. Технологические и общетехнические требования к устройству складов .....	31
§ 3.3. Виды складских помещений и их планировка .....	37
§ 3.4. Определение потребности в складской площади и емкости складов .....	40
<b>Глава 4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ТОВАРНЫХ СКЛАДОВ</b> .....	45
§ 4.1. Оборудование для хранения товаров .....	45
§ 4.2. Подъемно-транспортное оборудование .....	48
§ 4.3. Весоизмерительное и фасовочное оборудование .....	55
<b>Глава 5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ СКЛАДСКИХ ОПЕРАЦИЙ</b> .....	60
§ 5.1. Складской технологический процесс и принципы его организации .....	60
§ 5.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров .....	62
§ 5.3. Технология размещения, укладки и хранения товаров ...	74
§ 5.4. Организация и технология отпуска товаров со склада ....	82
§ 5.5. Техничко-экономические показатели работы складов ...	84

<b>Глава 6. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА НА СКЛАДАХ ...</b>	<b>88</b>
§ 6.1. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе .....	88
§ 6.2. Структура аппарата склада и функции его работников ...	94
§ 6.3. Организация труда складских работников .....	97
<b>Глава 7. ТАРА И ТАРНЫЕ ОПЕРАЦИИ В ТОРГОВЛЕ .....</b>	<b>102</b>
§ 7.1. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе .....	102
§ 7.2. Некоторые направления развития рынка упаковочных материалов .....	104
§ 7.3. Классификация и характеристика основных видов тары .....	107
§ 7.4. Унификация, стандартизация и качество тары .....	112
§ 7.5. Организация тарного хозяйства в торговле .....	117
<b>Глава 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ .....</b>	<b>121</b>
§ 8.1. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств .....	121
§ 8.2. Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом .....	123
§ 8.3. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом .....	145
§ 8.4. Перевозка грузов морским транспортом .....	155
§ 8.5. Перевозка грузов внутренним водным транспортом ...	162
§ 8.6. Особенности перевозки грузов воздушным транспортом .....	170
<b>Глава 9. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....</b>	<b>174</b>
§ 9.1. Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения .....	174
§ 9.2. Формы товароснабжения розничной торговой сети ....	177
§ 9.3. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия .....	179
<b>Глава 10. КЛАССИФИКАЦИЯ, ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>186</b>
§ 10.1. Классификация и функции розничных торговых предприятий .....	186
§ 10.2. Специализация и типизация магазинов .....	191

§ 10.3. Торговые сети и принципы размещения розничных торговых предприятий .....	194
<b>Глава 11. УСТРОЙСТВО И ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАНИРОВОК МАГАЗИНОВ .....</b>	<b>208</b>
§ 11.1. Требования к устройству магазинов .....	208
§ 11.2. Состав и взаимосвязь помещений магазина .....	211
§ 11.3. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже ....	214
§ 11.4. Санитарно-технические устройства магазина .....	221
<b>Глава 12. ОБОРУДОВАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....</b>	<b>225</b>
§ 12.1. Мебель для розничных торговых предприятий .....	225
§ 12.2. Торговый инвентарь .....	228
§ 12.3. Торговое измерительное оборудование .....	232
§ 12.4. Контрольно-кассовые машины .....	237
§ 12.5. Торговое холодильное оборудование .....	239
§ 12.6. Оборудование для работы со штрихкодами .....	243
§ 12.7. Торговые автоматы .....	246
§ 12.8. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов .....	247
<b>Глава 13. ИНТЕРЬЕР И РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА ...</b>	<b>251</b>
§ 13.1. Фирменный стиль и интерьер магазина .....	251
§ 13.2. Рекламно-информационное оформление магазина ...	256
<b>Глава 14. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В МАГАЗИНЕ И ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ .....</b>	<b>262</b>
§ 14.1. Содержание торгово-технологического процесса в магазине .....	262
§ 14.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине .....	265
§ 14.3. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже .....	272
§ 14.4. Размещение и выкладка товаров в торговом зале ....	278
§ 14.5. Организация и технология розничной продажи товаров .....	283
§ 14.6. Услуги, оказываемые покупателям магазинами .....	292
§ 14.7. Внемагазинные формы продажи товаров .....	298
<b>Глава 15. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА В МАГАЗИНЕ .....</b>	<b>304</b>

§ 15.1. Организация управления торгово-технологическим процессом в магазине .....	304
§ 15.2. Организация труда работников магазина .....	307
§ 15.3. Режим работы и условия труда в магазине .....	315
§ 15.4. Организация материальной ответственности в магазине .....	320
<b>Глава 16. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....</b>	<b>328</b>
§ 16.1. Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” .....	328
§ 16.2. Защита прав потребителей .....	342
§ 16.3. Организация государственного контроля торговли ...	361
<b>Глава 17. ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ И ОСОБЫХ ВИДОВ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>366</b>
§ 17.1. Правила продажи отдельных видов товаров .....	366
§ 17.2. Правила продажи товаров дистанционным способом ...	398
§ 17.3. Правила продажи товаров по образцам .....	402
§ 17.4. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами .....	408
<b>Глава 18. ПРАВИЛА РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭКСПЛУАТАЦИИ КОНТРОЛЬНО-КАССОВЫХ МАШИН .....</b>	<b>415</b>
§ 18.1. Санитарные правила торговых предприятий .....	415
§ 18.2. Правила пожарной безопасности торговых предприятий .....	425
§ 18.3. Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин .....	428
<b>Глава 19. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>439</b>
§ 19.1. Принципы и нормы проектирования .....	439
§ 19.2. Организация строительного проектирования .....	441
<b>Глава 20. ОРГАНИЗАЦИЯ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕМОНТА ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>447</b>
§ 20.1. Организация строительства предприятий торговли ...	447
§ 20.2. Реконструкция и ремонт предприятий торговли .....	450
<b>Приложение. ПЕРЕЧЕНЬ нормативных правовых документов, регламентирующих торговую деятельность .....</b>	<b>452</b>

# ВВЕДЕНИЕ

---

Целью изучения дисциплины “Организация, технология и проектирование предприятий” является получение студентами теоретических и прикладных знаний о сложном механизме процесса доведения товаров народного потребления от места производства до потребителей, о путях повышения эффективности этого процесса на всех его стадиях, интенсификации функционирования отдельных звеньев торговли и выполняемых торгово-технологических операций, а также всей совокупности процесса товародвижения на основе развития предпринимательской инициативы.

При изучении учебной дисциплины обучающиеся должны:

- овладеть теоретическими знаниями в области организации, технологии и проектирования торговых предприятий;
- приобрести умения применять их в ситуациях, имитирующих профессиональную деятельность, и на практике;
- приобрести профессиональные компетенции, необходимые в профессиональной деятельности бакалавров торгового дела.

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки бакалавров “Торговое дело” определено, что эта дисциплина является одной из дисциплин базовой части профессионального цикла. Ее освоение позволит будущим бакалаврам торгового дела приобрести следующие общие (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВПО:

ОК-1 — владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;



ОК-2 — умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навык публичной и научной речи;

ОК-3 — готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе, способность работать в команде и самостоятельно, а также быть коммуникативным, толерантным и честным; проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину;

ОК-4 — способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовность нести за них ответственность;

ОК-7 — способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы;

ОК-12 — способность применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии, умение реализовать экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды;

ПК-2 — умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ПК-3 — способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-4 — способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-5 — способность осуществлять управление торговотехнологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-11 — способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью;

ПК-12 — готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности, и проверять правильность ее оформления;

ПК-18 — способность разрабатывать проекты торгово-технологических процессов с использованием информационных технологий;

ПК-19 — готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины “Организация, технология и проектирование торговых предприятий” обучающиеся должны:

**знать:**

- основы построения процесса товародвижения;
- типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения;
- устройство и технологические планировки товарных складов;
- организацию и технологию складских операций;
- тарные и транспортные операции в торговле;
- классификацию и принципы размещения розничных торговых предприятий, их устройство и технологические планировки;
- организацию торгово-технологического процесса в магазине и основные правила розничной торговли;
- основы проектирования и организации капитального строительства торговых предприятий;

**уметь:**

- организовать торгово-технологический процесс на товарном складе;
- организовать торгово-технологический процесс на розничном торговом предприятии;

**владеть навыками:**

- использования аналитических методов для оценки эффективности технологических и объемно-планировочных решений на предприятиях;

- работы с нормативными правовыми актами и нормативно-техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

Дисциплина “Организация, технология и проектирование торговых предприятий” тесно связана с другими учебными дисциплинами: “Коммерческая деятельность”, “Логистика”, “Маркетинг”, “Рекламная деятельность”, “Менеджмент”, “Теоретические основы товароведения”, “Правовое регулирование профессиональной деятельности” и др. Наряду с ними она способствует всесторонней подготовке будущих бакалавров торгового дела, способных решать стоящие перед ними профессиональные задачи.

# Глава 1. ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ ПРОЦЕССА ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

---

## § 1.1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения

*Процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей называется товародвижением<sup>1</sup>. Он включает не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на предприятиях торговли.*

На предприятиях торговли завершается процесс кругооборота средств, вложенных в произведенные предметы потребления, происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров. Поэтому рациональная организация процесса товародвижения — одна из важных функций торговли. С этой целью должны определяться наиболее благоприятные потоки и направления движения товаров, более экономичные виды транспорта для перевозки товаров из мест производства в места потребления, а также создаваться соответствующая сеть складов и баз.

---

<sup>1</sup> В Государственном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 51303-2013 “Торговля. Термины и определения” товародвижение определено как процесс физического перемещения товаров от производителя в места продажи или потребления.

От того, насколько рационально организован процесс товародвижения, в значительной степени зависят качество торгового обслуживания населения, а также время оборота товарно-материальных ценностей. Поэтому товародвижение предполагает создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производства до потребителей в необходимом количестве, широком ассортименте, высокого качества, при минимальных затратах труда, материальных средств и времени.

Основными звеньями технологической цепи товародвижения являются производственные и сельскохозяйственные предприятия, производящие товары народного потребления, оптовые базы, магазины и другие пункты розничной продажи товаров.

Следуя из сферы производства в сферу потребления, товары могут проходить через одно или более складских звеньев. Рациональная организация процесса товародвижения предусматривает прохождение товара через минимальное число звеньев.

На организацию процесса товародвижения оказывает влияние ряд факторов, которые можно объединить в следующие группы:

- производственные;
- транспортные;
- социальные;
- торговые.

К числу *производственных факторов* относят: размещение производства, специализацию производственных предприятий, сезонность производства отдельных товаров.

Существенное влияние на процесс товародвижения оказывает размещение производства товаров. Приближение производственных предприятий к источникам сырья часто приводит к неравномерному распределению их на территории страны, удалению от районов потребления, что усложняет процесс товародвижения, так как вызывает необходимость перевозки товаров на большие расстояния, замедляет их доведение от производства до потребителей.

Не менее важное влияние на организацию товародвижения оказывает специализация производственных предприя-

тий на выпуске сравнительно узкого ассортимента товаров. Особенно это касается товаров сложного ассортимента, так как мелкие магазины не в состоянии получать их без предварительной подсортировки на предприятиях оптовой торговли. Поэтому специализация производства приводит к тому, что большинство товаров, прежде чем поступить на розничное торговое предприятие, проходит предварительно через одно или более звеньев оптовой торговли.

Производство некоторых товаров народного потребления имеет ярко выраженный сезонный характер, что связано с сезонностью производства сырья для их изготовления, а также сезонностью приобретения и потребления отдельных товаров. В связи с этим ассортимент товаров, участвующих в процессе товародвижения, существенно изменяется на протяжении года, а это вызывает необходимость внесения соответствующих коррективов в организацию технологического процесса товародвижения.

К *транспортным факторам* относятся: состояние транспортных путей сообщения, виды транспорта, используемые для перевозки товаров, и т. д.

В настоящее время пока еще не все регионы имеют хорошо развитую транспортную сеть. Поэтому доставка товаров в некоторые из них сопряжена с определенными трудностями (носит сезонный характер, вынуждает использовать нерациональные виды транспорта и т. д.). Структура парка транспортных средств должна также отвечать требованиям рациональной организации процесса товародвижения, для чего необходимо наличие соответствующего специализированного транспорта, транспортных средств различной грузоместимости и т. д.

Важное влияние на процесс товародвижения оказывают *социальные факторы*, основными из которых являются: население населения, уровень денежных доходов населения и т. д.

Так, при невысокой плотности населения сложнее организовать доставку товаров потребителям, чем в районах с высокой плотностью населения: перевозить их приходится на большие расстояния, и, как правило, они проходят через большее количество звеньев.

На интенсивность процесса товародвижения оказывает влияние и уровень денежных доходов населения.

На процесс товародвижения влияют следующие *торговые факторы*: размеры, специализация и размещение предприятий торговли, степень сложности ассортимента товаров и их свойства, уровень организации товароснабжения розничной торговой сети.

В значительной степени процесс товародвижения зависит от ассортимента и свойств товаров. Так, товары сложного ассортимента, прежде чем поступить в розничную торговую сеть, проходят подсортировку в оптовом звене. Создание особых условий в процессе товародвижения требуется для скоропортящихся продуктов.

По-разному будет протекать процесс товародвижения в зависимости от применяемой формы снабжения розничной торговой сети.

## **§ 1.2. Принципы рационального построения процесса товародвижения**

В основу рациональной организации процесса товародвижения должно быть положено соблюдение следующих основных принципов:

- применение кратчайших путей движения товаров;
- установление оптимальной формы и звенности движения товаров с широким применением централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть;
- выбор рациональных транспортных средств и эффективное их использование;
- широкое применение тары-оборудования и средств механизации погрузочно-разгрузочных и складских работ;
- постоянное совершенствование и оптимизация технологической цепи товародвижения.

Движение товаров из районов производства в районы потребления должно происходить кратчайшими путями. Это обеспечивает прохождение ими наименьшего пути от производителя до потребителя, ускорение процесса воспроизвод-

ства и наименьшие расходы по перемещению товаров. В этом должны быть заинтересованы как товаропроизводители, так и торговые предприятия.

В практике организации товародвижения находят применение две его формы: транзитная и складская.

*Транзитная форма* заключается в завозе товаров в розничную торговую сеть непосредственно с производственных предприятий. Она применяется преимущественно по товарам простого ассортимента, которые не требуют подсортировки.

*Складская форма* находит применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента. При этом товары с целью их подсортировки следуют через складские звенья. Различают однозвенную и многозвенную складские формы товародвижения.

Для определения складской *звенности* используют коэффициент, который рассчитывается как отношение оптово-складского товарооборота к розничному.

При организации товародвижения существенное значение имеет правильный выбор транспортных средств и эффективное их использование. При этом учитываются расстояние перевозки, вид и физико-химические свойства товаров. Кроме того, должна быть обеспечена максимальная загрузка транспорта, сокращены его простои, исключены порожние пробеги.

Широкое использование в процессе товародвижения тары-оборудования позволяет не только исключить тяжелые ручные процессы, существенно повысить производительность труда и культуру торговли, но и добиться значительного экономического эффекта от ее внедрения. Так, расходы на доставку и реализацию 1 т груза снижаются на 40–45%, производительность автотранспорта увеличивается в 1,8 раза, время на погрузку и разгрузку автомобилей сокращается в 5 раз. Кроме того, использование тары-оборудования для доставки и продажи товаров позволяет сократить до 8 технологических операций в торговле и до 13 операций на транспорте и предприятиях поставщиков.

Во всех звеньях технологической цепи товародвижения должны широко использоваться средства механизации погрузочно-разгрузочных работ. Их применение позволяет



более эффективно использовать транспортные средства и рабочую силу, существенно ускорить процесс товародвижения.

Высокую эффективность товародвижения обеспечивает постоянное совершенствование и оптимизация всей его технологической цепи. Это достигается единством технологической цепи, соответствием ее требованиям поточной обработки грузов, при которой каждая предыдущая операция одновременно является подготовкой к последующей. Особенно важны здесь операции, связанные с подготовкой товаров к продаже (их фасовка, упаковывание, комплектование необходимого ассортимента и т. д.). В современных условиях эти операции в больших объемах выполняются на предприятиях как оптовой, так и розничной торговли.

Организация технологической цепи товародвижения с соблюдением названных выше основных принципов позволяет обеспечить высокую эффективность всего процесса товародвижения.

### **§ 1.3. Влияние научно-технического прогресса на развитие торговли**

Одним из важных факторов развития экономики является научно-технический прогресс, представляющий собой процесс непрерывного совершенствования орудий и средств труда, создания новой, более совершенной, техники и замены ею устаревшей. Он включает также развитие научных знаний во всех областях человеческой деятельности, в том числе и в области организации и технологии как производственной, так и непроизводственной сфер. Его следует рассматривать как единое, взаимообусловленное, поступательное развитие науки и техники.

Без внедрения достижений науки и техники невозможно обеспечить техническое перевооружение и реконструкцию производства, интенсивное использование имеющегося производственного потенциала, повысить эффективность общественного воспроизводства.

Переход экономики к рыночным отношениям требует ускорения научно-технического прогресса. Необходимо вне-

дрение принципиально новых технологий, техники новых поколений. Это способствовало бы многократному повышению производительности труда, эффективности производства, выпуску конкурентоспособной продукции.

Достижения науки и техники все более широко применяются и в сфере обращения, что стимулирует увеличение товарооборота, способствует повышению культуры торговли, создает условия для совершенствования технологии, механизации и автоматизации торговых процессов, более эффективного использования торговых и складских площадей, транспортных средств.

Социальное значение научно-технического прогресса находит выражение в улучшении условий труда работников торговли, облегчении тяжелых и трудоемких работ, сокращении производственного травматизма, повышении привлекательности торговой профессии и ее перспективности.

Широкое использование в торговле достижений научно-технического прогресса способствует значительному изменению характера и содержания труда торговых работников, их профессионального состава. Возрастают требования к подготовке специалистов, способных работать в условиях применения современных прогрессивных технологий, совершенных систем переработки и передачи коммерческой, распорядительной и исполнительной информации.

К важнейшим направлениям научно-технического прогресса в торговле могут быть отнесены:

- совершенствование действующей торговой сети и строительство современных предприятий торговли;
- индустриализация строительства предприятий торговли;
- механизация и автоматизация трудоемких работ;
- широкое применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков;
- электронизация торговых операций;
- внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания;
- автоматизация контрольно-кассовых операций и внедрение магазинных пластиковых карт при расчетных операциях;

- автоматизация процессов продажи товаров;
- автоматизация процессов холодильной обработки продуктов.

С развитием рыночных отношений произошли существенные изменения в составе сети предприятий оптовой и розничной торговли.

Децентрализация оптового рынка привела к росту числа торговых агентов, являющихся связующим звеном между предприятиями-изготовителями и потребителями. Резко увеличилось количество оптовых предприятий, существенно изменилась их структура. Абсолютное большинство оптовых предприятий относятся к негосударственной форме собственности и являются в основном мелкими как по числу работающих, так и по размеру складской площади. Естественно, что большинство этих предприятий не приспособлены для применения прогрессивной технологии складской переработки грузов и не могут обеспечить высокую эффективность товароснабжения розничной торговой сети.

Поэтому одним из важных направлений развития материально-технической базы оптовой торговли является создание сети современных оптовых предприятий, обеспечивающих применение эффективных технологий.

Существенные изменения произошли в составе розничной торговой сети. За годы становления рыночной экономики общая численность и соотношение различных видов розничных торговых предприятий значительно изменились. Большинство из них относятся к негосударственной форме собственности и являются преимущественно мелкими предприятиями. Намечился резкий спад обновления розничной торговой сети за счет нового строительства. Совершенствование розничной торговой сети должно происходить как за счет реконструкции действующих, так и за счет строительства новых современных предприятий (супермаркетов, гипермаркетов и т. д.).

Индустриализация строительства предприятий торговли предполагает применение при строительстве сборных конструкций, деталей, стандартных и унифицированных элементов полной заводской готовности, что способствует сокращению сроков возведения объектов и удешевляет строительство.

Торговля — одна из самых отсталых отраслей по уровню механизации труда. Особенно больших затрат труда требуют погрузочно-разгрузочные и складские работы, которые связаны с привлечением большого числа рабочих и вызывают простои транспорта. Многие операции (фасовка, внутримагазинное перемещение товаров и т. д.) выполняются вручную и на розничных торговых предприятиях. Здесь даже в большей степени, чем на оптовых предприятиях, преобладает малопродуктивный ручной труд.

В связи с этим одной из первоочередных задач использования достижений научно-технического прогресса в торговле является оснащение оптовых баз, складов, магазинов современными средствами для транспортировки, складирования, погрузочно-разгрузочных и других технологических операций с грузами. Магазины должны оснащаться также высокопроизводительным фасовочным и весоизмерительным оборудованием, современными машинами и линиями для нарезки и вакуумной упаковки гастрономических товаров и т. п. Более широко должны внедряться системы машин, включающие подъемно-транспортные механизмы для разгрузки транспортных средств на складах и в магазинах, средства для внутрискладского и внутримагазинного перемещения грузов, а также машины — отборщики грузов с мест хранения и т. д.

Огромное применение пакетных и контейнерных систем грузовой переработки товарных потоков позволяет индустриализировать транспортирование товаров и создать более эффективную систему товароснабжения розничной торговой сети. При этом сокращаются затраты ручного труда на погрузочно-разгрузочных операциях, отпадает необходимость в повторных операциях по подготовке товаров к отпуску покупателям, повышается эффективность использования транспортных средств, торговых и складских площадей, сокращаются товарные потери и расходы на упаковку товаров.

Огромное значение имеет внедрение прогрессивных технологий торгового обслуживания, которые должны быть основаны на широком применении современных, удобных для покупателей методов продажи товаров. Это в первую очередь относится к продаже товаров методом самообслуживания,

по образцам, каталогам, по заказам и на дому у покупателей, автомагазинной продаже и т. д. Применение прогрессивных технологий торгового обслуживания населения имеет большое социально-экономическое значение.

Одним из главных факторов существенного ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительных электронных кассовых аппаратов. Для оснащения магазинов должны использоваться кассовые аппараты, позволяющие не только вести расчеты с покупателями, изучать покупательский спрос, учитывать число покупателей, но и обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные предоплатно-дисконтные карты магазина. Этим требованиям в наибольшей степени отвечает компьютерная касса, представляющая собой специально оборудованный компьютер. С ее помощью можно внедрить магазинные пластиковые карты, которые не только упрощают расчетные операции, но и позволяют систематически проводить работу по совершенствованию маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Использование магазинных карт способствует росту товарооборота магазина и обеспечивает получение дополнительных заемных средств. Внедрение магазином автоматизированной системы работы с пластиковыми картами позволяет вести постоянную базу клиентов и отслеживать динамику их покупок.

Крупный современный магазин, торгующий скоропортящимися продовольственными товарами, должен быть оснащен высокоэффективным холодильным оборудованием с централизованным хладоснабжением. Централизованное хладоснабжение экономично. Включенное в его систему оборудование (холодильные прилавки, прилавки-витрины и т. д.) требует для хладоснабжения меньших затрат электроэнергии, проще в обслуживании, не создает шума в торговом зале, не выделяет при эксплуатации тепла.

Одним из направлений научно-технического прогресса в розничной торговле является автоматизация процесса продажи товаров на основе торговых автоматов, а также создание автоматизированных магазинов.

## Глава 2. ОПТОВЫЕ ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ИХ ФУНКЦИИ, ТИПЫ И ВИДЫ

---

### § 2.1. Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений

Одной из форм товарного обращения, посредством которой осуществляются хозяйственные связи между субъектами торговой деятельности, является *оптовая торговля — приобретение и продажа товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.* Организуя движение товаров по каналам распределения, оптовая торговля способствует синхронизации производства и потребления товаров.

Являясь неотъемлемым звеном единой системы товародвижения, оптовая торговля требует коренной перестройки. Поэтому одна из важных долговременных задач государственной политики в области развития оптовой торговли — ее *структурная перестройка*, предусматривающая распространение таких форм ее организации, которые должны быть максимально сориентированы на малое предпринимательство в среде пользователей услугами оптового звена.

За последние годы произошло резкое сокращение объемов оптовых операций. Существенно снизилась роль оптовых предприятий в снабжении розничных торговых предприятий товарами. В связи с этим второй важной задачей государственной политики в области развития оптовой торговли яв-

ляется прекращение спада и стабилизация объемов оптовых операций.

Сложившийся потенциал оптового звена должен быть активно использован для стимулирования и всемерного поддержания межрегиональных интеграционных процессов на потребительском рынке.

Существующая материально-техническая база оптовой торговли создавалась на протяжении многих десятилетий. Требуется обновление складского хозяйства. Это должно происходить не только за счет строительства новых современных складов, оснащенных прогрессивным технологическим оборудованием, но и за счет реконструкции и технического перевооружения действующих складов, рационализации имеющейся материально-технической базы.

Среди других задач государственной политики в области развития оптовой торговли необходимо отметить *развитие конкурентной среды и преодоление монополизма на рынке оптовой торговой деятельности, а также стимулирование работы оптового звена по внедрению активных форм продвижения на рынок отечественных товаров.*

В связи с выдвигаемыми перед оптовой торговлей новыми задачами целями ее развития должны стать:

- создание развитой структуры каналов товародвижения;
- поддержание должной интенсивности товаропотоков;
- формирование резервных источников финансового обеспечения процесса товародвижения;
- обеспечение экономии совокупных издержек обращения.

В рыночно ориентированной системе хозяйственных отношений изменяются и функции оптовой торговли. Так, по отношению к оптовым покупателям ее функции должны сводиться к следующему:

- оценке потребностей и спроса;
- преобразованию промышленного ассортимента в торговый;
- накоплению и хранению товарных запасов;
- доставке товаров;
- кредитованию;
- информационному и консалтинговому обслуживанию.

Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам товаров должны состоять в следующем:

- концентрации коммерческой деятельности;
- поддержке процесса перехода прав собственности на товар;
- инвестиционном обеспечении процесса товародвижения;
- минимизации коммерческого риска;
- маркетинговом обслуживании.

Переориентация оптовой торговли в целевом и функциональном отношении позволит не только создать условия для углубления реформ в торговле, но и обеспечит стратегическую стабильность потребительского рынка в целом.

## **§ 2.2. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения**

Оптовое звено торговли представлено оптовыми торговыми предприятиями, осуществляющими куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывающими услуги по организации оптового оборота товаров. Проводимая в стране структурная политика развития оптовой торговли долгосрочной целью ставит обеспечение рыночного разнообразия структур, осуществляющих оптовую торговую деятельность, что позволит наполнить потребительский рынок товарами, создаст условия для беспрепятственного их продвижения по каналам распределения, активизации отечественных товаропроизводителей.

В настоящее время сеть оптовых торговых предприятий представлена предприятиями различных организационно-правовых форм и форм собственности.

В зависимости от масштабов их деятельности выделяют **два типа организаций оптовой торговли**: 1) крупные оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба; 2) оптовые предприятия регионального масштаба.

*Оптовые организации общенационального (федерального) уровня* необходимы, чтобы обеспечивать оптовый оборот крупных партий товаров потребителям по всей территории



или по ряду регионов страны. Такими потребителями могут быть самостоятельные оптовые предприятия, крупные розничные структуры и их объединения, а также предприятия перерабатывающих отраслей промышленности.

Главное целевое назначение данного вида оптовых организаций — сформировать необходимую структуру каналов сбыта для крупных отечественных производителей товаров, а также создать благоприятные условия для выхода на российский потребительский рынок хорошо зарекомендовавших себя зарубежных поставщиков товаров высокого качества.

Основным приоритетом функционирования такого типа предприятий является, с одной стороны, защита и поддержка отечественных товаропроизводителей, а с другой — исключение возможности поставки на российский рынок товаров через третьи страны, что приводит к завышению общего уровня цен.

Таким образом, оптовые структуры федерального уровня можно рассматривать как внешний контур единой оптовой торговой системы страны, обеспечивающий ее устойчивость.

Основу национальной оптовой торговой системы, ее внутренний контур, составляют **оптовые структуры регионального уровня**, представленные прежде всего автономными (независимыми) оптовыми структурами.

*Автономные оптовые структуры* самостоятельно определяют зону своего влияния на рынке. Их задачей является приобретение товаров у оптовых структур федерального уровня и непосредственно у производителей в различных частях страны и доведение этих товаров до предприятий розничной торговли и иных оптовых потребителей в зоне своей деятельности.

Кроме независимых оптовых структур оптовую продажу товаров на региональном уровне осуществляют так называемые *зависимые оптовые структуры*. К ним относятся сбытовые подразделения местных промышленных предприятий и оптовые структуры крупных розничных организаций.

Сбытовые подразделения (отделы сбыта) специализируются на оптовой торговле продукцией своего предприятия, а оптовые структуры розничной торговли (распределительные центры) приобретают товары у различных поставщиков (преимущественно напрямую у производителей) для

обеспечения собственных нужд (например, для реализации товаров через собственную сеть магазинов).

Таким образом, основная задача деятельности любых оптовых структур регионального масштаба — обеспечение товарами региональных товарных рынков.

Каждый тип оптовых предприятий может существовать в различных видах. В структуре оптового звена можно выделить следующие **виды предприятий**:

- специализирующиеся на оптовой торговле и осуществляющие полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом к ним права собственности на товар (так называемые независимые оптовые торговцы);

- посреднические оптовые структуры, как правило, не использующие в своей деятельности перехода к ним права собственности на товар;

- организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота товаров.

*Независимые оптовые торговцы* выполняют самый широкий комплекс операций по обработке товаров, снабжая ими широкий спектр розничных торговых предприятий. Среди данных оптовых торговцев есть как *специализирующиеся на отдельных группах товаров*, так и *работающие с универсальным ассортиментом товаров*. Они могут предоставлять широкий набор оптовых услуг или быть ориентированы на специфические методы работы по обслуживанию клиентов.

Самостоятельное значение на рынке услуг оптовой торговой деятельности занимают структуры, условно именуемые **посредниками**. Это предприятия-брокеры, предприятия — торговые агенты (дистрибьюторы), комиссионеры и т. п. Основным предметом их деятельности является информационное обеспечение. Они действуют по поручению клиента и чаще всего за его счет.

Важным элементом оптовой инфраструктуры являются **организаторы оптового оборота**. Ими являются оптовые ярмарки, выставки-ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые продовольственные рынки. К числу организаторов оптового оборота также относят склады гарантийного хранения, склады-отели, транспортно-экспедиционные предприятия.

## **Глава 3. КЛАССИФИКАЦИЯ, УСТРОЙСТВО И ПЛАНИРОВКА ТОВАРНЫХ СКЛАДОВ**

---

### **§ 3.1. Назначение и функции складов, их классификация**

Склады представляют собой важнейшие структурные подразделения торговых предприятий. Они предназначены для накопления и хранения товарных запасов, комплектования торгового ассортимента товаров и составляют основной комплекс сооружений предприятий оптовой торговли, а также значительную часть материально-технической базы розничной торговли. Кроме того, товарные склады могут функционировать и как самостоятельные структуры (организации), выполняющие весь комплекс торгово-технологических операций, связанных с поступлением, хранением и отпуском товаров оптовым покупателям.

Большинство складов выполняет следующие основные *функции*:

- получение товаров от поставщиков и осуществление контроля за их качеством;
- накопление товарных запасов и обеспечение надлежащих условий их хранения;
- подсортировку и подготовку товаров к продаже;
- комплектование заказов оптовых покупателей;
- товароснабжение розничной торговой сети.

Контролируя качество поступающих товаров, склады оптовых торговых предприятий служат заслоном проникновению недоброкачественных товаров в розничную торговую сеть.

Для обеспечения сохранности товарных запасов на складах создаются необходимые условия хранения товаров с учетом их самых разнообразных физико-химических свойств.

Одной из важных функций складов является подсортировка товаров, поступающих на склады в узком ассортименте от большого количества поставщиков. Осуществляя преобразование промышленного ассортимента в торговый, склады оптовых торговых предприятий стремятся максимально удовлетворить заявки розничных торговых предприятий на завоз товаров.

Складам оптовых торговых предприятий принадлежит также важная роль в подготовке товаров к продаже и товароснабжении розничной торговой сети.

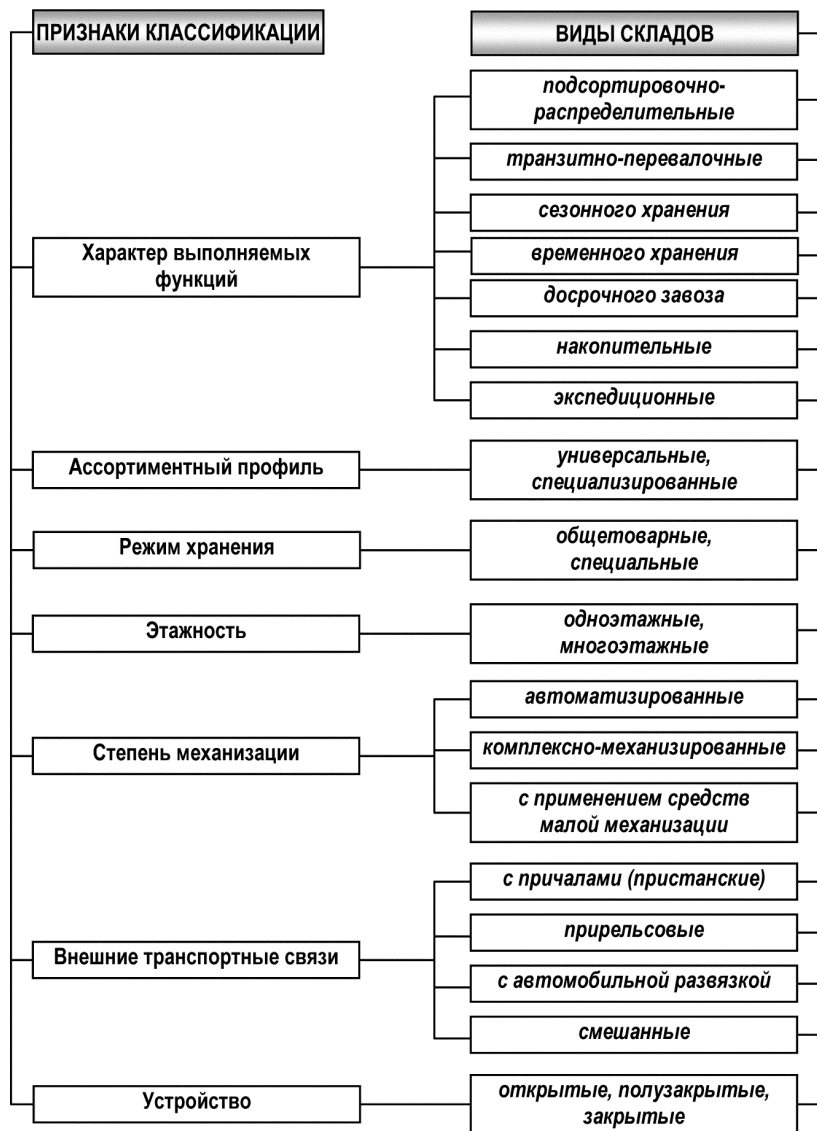
Классификация складов представлена на рис. 3.1.

***В зависимости от характера выполняемых функций*** склады оптовых торговых предприятий подразделяют на подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного хранения, досрочного завоза, накопительные и экспедиционные.

***Подсортировочно-распределительные склады*** предназначены для накопления текущих запасов товаров. Поскольку товары хранятся на этих складах непродолжительное время, то к их основным функциям следует отнести приемку товаров по количеству и качеству, подсортировку и подготовку их к отпуску, а также отправку в розничную торговую сеть. Сюда относят склады оптовых торговых предприятий, которые расположены в районах потребления, а также склады розничных торговых организаций. Здесь формируют товарные потоки в удобном для розничных торговых предприятий ассортименте и направляют их в торговую сеть.

***Транзитно-перевалочные склады*** размещаются на железнодорожных станциях, водных пристанях. Они служат для принятия грузов на партионное хранение в связи с необходимостью перегрузки их с одного вида транспорта на другой. Эти склады осуществляют приемку грузов, краткосрочное хранение и отправку их целыми тарными местами.

***Накопительные склады*** осуществляют приемку мелких партий товаров от промышленных предприятий и в виде



**Рис. 3.1.** Классификация складов

крупнопартионных отправок пересылают их в районы потребления.

К складам сезонного хранения относят хранилища для картофеля и овощей, а также другие склады, на которых осуществляются обработка и хранение товаров сезонного характера.

На складах досрочного завоза товары хранятся в течение продолжительного времени. Они создаются в районах Крайнего Севера и других районах, доставка товаров в которые затруднена в определенные периоды года.

Склады временного хранения предназначены для хранения под таможенным контролем товаров и транспортных средств на время их таможенного оформления. Временное хранение осуществляется в специально выделенных и обустроенных помещениях, на открытых площадках и иных местах, являющихся складами временного хранения.

Наличие таких складов является обязательным: в аэропортах, аэродромах и портах, открытых для международного сообщения; на грузовых дворах, станционных складах и площадках железных дорог, осуществляющих прием, погрузку, выгрузку и выдачу товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации; в пунктах пропуска через государственную или таможенную границу Российской Федерации, где осуществляется международное автомобильное сообщение. Склад временного хранения с прилегающей к нему территорией является зоной таможенного контроля.

Для организации и осуществления централизованного товароснабжения розничных торговых предприятий, а также приемки поступающих на базу товаров и кратковременного их хранения предназначены *экспедиционные склады*, которые занимают важное место в технологическом процессе предприятий оптовой торговли.

Одним из важных классификационных признаков является ассортимент товаров, который оказывает влияние на характер выполняемых складами функций, на построение складского технологического процесса.

**По ассортиментному признаку** склады подразделяют на универсальные и специализированные.

*Универсальные склады* предназначены для концентрации широкого ассортимента непродовольственных или продо-

вольственных товаров. К этой группе следует также относить склады для хранения основных групп непродовольственных и продовольственных товаров с выделением для этих целей специальных кладовых или секций. Такие склады составляют основную часть складской сети потребительской кооперации.

*Специализированные склады* служат для хранения товаров одной или нескольких родственных товарных групп.

Широкое разнообразие физико-химических свойств товаров требует дифференцированного подхода к условиям их хранения и вызывает необходимость наличия соответствующей складской сети.

*С учетом создаваемых режимов хранения* выделяют общетоварные и специальные склады.

*Общетоварные склады* являются основным видом складов в торговле и предназначены для хранения непродовольственных и продовольственных товаров, не нуждающихся в создании особого режима.

К *специальным складам* относятся овощехранилища, холодильники и т. д.

К другим признакам классификации складов следует отнести этажность и высоту складских помещений, степень механизации технологических процессов, внешние транспортные связи и устройство.

*В зависимости от этажности и высоты складских помещений* различают одноэтажные и многоэтажные склады. С точки зрения наиболее рациональной организации технологического процесса предпочтение отдается одноэтажным складам.

*По степени механизации технологических процессов* склады подразделяют на комплексно-механизированные и автоматизированные, а также склады с применением средств малой механизации.

*С учетом внешних транспортных связей* бывают склады с причалами (пристанские), рельсовыми подъездными путями (прирельсовые), с автомобильной развязкой и смешанные.

*В зависимости от устройства* выделяют открытые, полукрытые и закрытые склады.

*Открытые склады* устраивают в виде грунтовых площадок и площадок на столбах или ленточных фундаментах.

Эти склады предназначены для хранения строительных материалов, топлива, товаров в контейнерах и др.

*Полузакрытые склады* представляют собой навесы для хранения строительных материалов и других изделий, требующих защиты от атмосферных осадков.

*Закрытые склады* — это одно- или многоэтажные здания, которые могут быть отапливаемыми и неотапливаемыми (утепленные и неутепленные). Отапливаемые склады имеют отопительное оборудование и устройства для вентиляции воздуха. Они предназначены для хранения товаров, требующих поддержания температуры и относительной влажности воздуха в определенных пределах. В неотапливаемых складах хранят товары, которые не теряют своих свойств при температуре ниже 0 °С.

### **§ 3.2. Технологические и общетехнические требования к устройству складов**

Строительство складских зданий осуществляется преимущественно из типовых сборных железобетонных элементов. Наиболее широкое распространение получило строительство одноэтажных зданий складов, основное преимущество которых заключается в уменьшении стоимости строительства и эксплуатационных расходов при внутрискладской переработке грузов.

Объемно-планировочные решения складских зданий должны обеспечивать возможность их реконструкции, изменения технологии складирования грузов без существенной перестройки зданий.

При размещении складских зданий на территории поселений необходимо учитывать архитектурное решение окружающей застройки.

Основными конструктивными элементами складского здания являются: фундамент, стены, опорные колонны, междуэтажные перекрытия, полы, кровля, рампы и козырьки над ними (навесы), платформы, двери и окна.

*Фундамент* сооружается из прочных и долговечных материалов. Его конструкция должна выдерживать опреде-



ленную нагрузку. Для строительства фундамента широко применяются железобетонные блоки.

*Стены* склада могут быть кирпичными, из железобетонных панелей и блоков. Они должны быть достаточно прочными и выдерживать необходимую нагрузку, обладать минимальной массой, быть огнестойкими и способными поддерживать необходимый режим температуры и влажности воздуха.

*Опорные колонны* являются одним из несущих элементов складского здания, они могут быть кирпичными, железобетонными и металлическими.

В многоэтажных складских зданиях для *междуэтажных перекрытий* применяются железобетонные панели, способные выдерживать большие нагрузки.

*Полы* складских помещений также должны выдерживать большие нагрузки, обладать высокой прочностью. Для покрытия полов в основном используют асфальт и бетон. Для покрытия полов складских помещений, предназначенных для хранения пищевых продуктов, не допускается применение дегтей и дегтевых мастик.

*Кровля* складских зданий должна быть из огнестойких материалов, способных надежно защищать помещения от атмосферных осадков.

Для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ вдоль складов устраивают ramпы или платформы.

*Рампа* — сооружение, предназначенное для производства погрузочно-разгрузочных работ. Одной стороной она примыкает к стене склада, другой — располагается вдоль железнодорожного пути (железнодорожная ramпа) или автоподъезда (автомобильная ramпа).

*Платформа* представляет собой сооружение, также предназначенное для производства погрузочно-разгрузочных работ, но в отличие от ramпы проектируется двусторонней: одной стороной она располагается вдоль железнодорожного пути, а противоположной — вдоль автоподъезда.

Погрузочно-разгрузочные ramпы и платформы должны устраиваться с учетом защиты грузов и погрузочно-разгрузочных механизмов от атмосферных осадков. С этой целью над ними должен быть *навес*. Над железнодорожными ramпами и

платформами он должен не менее чем на 0,5 м перекрывать ось железнодорожного пути, а над автомобильными рампами должен перекрывать автомобильный проезд не менее чем на 1,5 м от ее края.

Длина погрузочно-разгрузочной рампы зависит от грузооборота и вместимости склада. При определении ее длины исходят также из объемно-планировочного решения здания. Ширину погрузочно-разгрузочных рампы и платформы обычно принимают в соответствии с требованиями технологии и техники безопасности погрузочно-разгрузочных работ. Обычно они бывают шириной от 2,5 до 6 м.

Погрузочно-разгрузочные рампы и платформы должны иметь не менее двух рассредоточенных лестниц или пандусов. Ширина пандусов для проезда напольных транспортных средств должна не менее чем на 0,5 м превышать максимальную ширину груженого транспортного средства. Уклон пандусов должен быть не более 15% при размещении их в закрытом помещении и не более 10% при размещении снаружи зданий.

*Двери* складских помещений могут иметь различные размеры. Их ширина и высота в основном зависят от вида транспортных средств, применяемых для внутрискладского перемещения грузов.

Для естественного освещения складских помещений служат *окна*. В одноэтажных складах их размещают выше уровня стеллажей.

Для характеристики объемно-планировочных и конструктивных решений складских зданий используют такие показатели, как шаг, пролет и высота.

*Шаг* — расстояние между основными поперечными несущими конструкциями (колоннами, стенами и т. д.).

*Пролетом* называется расстояние между продольными несущими конструкциями.

*Высота этажа* — расстояние между уровнем пола и потолком.

В одноэтажных складских зданиях принимают: шаг колонн — 6 и 12 м; длина пролета — 12, 18 и 24 м; высота складских помещений — не менее 6 м.

Число этажей и высоту зданий при проектировании складов принимают на основании результатов сравнения технико-экономических показателей вариантов размещения складских помещений в зданиях различной этажности в пределах норм, установленных государственными строительными нормами и правилами СНиП 31-04-2001 “Складские здания” (табл. 3.1):

Таблица 3.1

Категория склада	Высота зданий <sup>1</sup> , м	Степень огнестойкости зданий	Класс конструктивной пожарной опасности зданий	Площадь этажа, кв. м, в пределах пожарного отсека зданий		
				одноэтажн.	двухэтажн.	многоэтажн.
А	—	I, II	C0	5200	—	—
	—	III	C0	4400	—	—
	—	IV	C0	3600	—	—
	—	IV	C2, C3	75 <sup>2</sup>	—	—
Б	18	I, II	C0	7800	5200	3500
	—	III	C0	6500	—	—
	—	IV	C0	5200	—	—
	—	IV	C2, C3	75 <sup>2</sup>	—	—
В	36	I, II	C0	10400	7800	5200
	24	III	C0	10400	5200	2600
	—	IV	C0, C1	7800	—	—
	—	IV	C2, C3	2600	—	—
	—	V	Не норм.	1200	—	—
Д	Не огр.	I, II	C0	Не огр.	10400	7800
	36	III	C0, C1	То же	7800	5200
	12	IV	C0, C1	—	2200	—
	—	IV	C2, C3	5200	—	—
	9	V	Не норм.	2200	1200	—

Высота одноэтажных зданий I, II и III степеней огнестойкости класса C0 не нормируется, а четвертой степени огнестойкости классов C0 и C1 при проектировании следует принимать не более 25 м, классов C2 и C3 — не более 18 м (от пола до низа несущих конструкций покрытия на опоре).

<sup>1</sup> Высота здания в данной таблице измеряется от пола 1-го этажа до потолка верхнего этажа, включая технический, при переменной высоте потолка принимается средняя высота этажа.

<sup>2</sup> Мобильные здания.

Выбор высоты складских помещений осуществляется с учетом применяемой механизации складских операций. Высота от пола до низа конструкций и выступающих элементов коммуникаций и оборудования в местах регулярного прохода людей и на путях эвакуации должна быть не менее 2 м.

В складских помещениях для хранения продовольственных товаров необходимо предусматривать ограждающие конструкции без пустот из материалов, не разрушаемых грызунами. Сплошными и без пустот должны быть полотна наружных дверей, ворот и крышек люков. Каналы системы вентиляции должны быть оборудованы устройствами для закрывания.

Многоэтажные складские здания категорий Б и В должны проектироваться шириной не более 60 м.

Действующими строительными нормами и правилами предусмотрено, что складские здания с высотным стеллажным хранением категории В следует проектировать одноэтажными I–IV степеней огнестойкости класса С0 с фонарями или вытяжными шахтами для дымоудаления. В стеллажах должны быть предусмотрены поперечные проходы высотой не менее 2 м и шириной не менее 1,5 м через каждые 40 м.

На складах выполняется довольно сложный комплекс торгово-технологических операций с товарами, успешное осуществление которых может быть достигнуто только в том случае, если устройство складов будет отвечать ряду технологических требований.

Одним из важнейших технологических требований является *соответствие площади и емкости складских помещений характеру и объему технологических операций*. На размеры площади, емкость склада, структуру складских помещений оказывают влияние объем и структура товарооборота и товарных запасов.

При проектировании новых и реконструкции действующих складов следует также исходить из целесообразности выделения помещений для выполнения основных операций внутрискладского технологического процесса, размеры которых должны соответствовать объемам товарных потоков.

По требованиям технологии хранения грузов допускается экспедицию, зоны приемки, сортировки и комплектации гру-

зов размещать непосредственно в хранилищах, без отделения их перегородками. При этом рабочие места товароведов, экспертов, кладовщиков, браковщиков и других работников допускается ограждать перегородками (остекленными или сетчатыми, сборно-разборными и раздвижными).

Второе важное требование, предъявляемое к устройству складов, — *соответствие параметров и конфигураций складских зданий требованиям рациональной технологии выполняемых операций*. Наиболее удобной с точки зрения этого требования для большинства видов складов является прямоугольная форма здания, которая позволяет рационально расположить погрузочно-разгрузочные рампы и подъездные пути и в значительной степени избежать пересечения внутрискладских товарных потоков.

Здания крупных складов могут иметь П-образное расположение. В этом случае между параллельно располагаемыми линиями здания устраивают дебаркадер и укладывают железнодорожные подъездные пути.

Для того чтобы складское здание отвечало требованиям рациональной технологии выполняемых операций, оно должно иметь определенное соотношение длины и ширины. Оптимальными считаются соотношения 1:2; 1:2,5; 1:3; 1:5.

Создание условий поточной организации технологического процесса предусматривает *сведение к минимуму внутри-складских перегородок*. С учетом этого требования в складских зданиях должно быть как можно меньше капитальных перегородок, чтобы по мере необходимости можно было без дополнительных затрат осуществить перепланировку склада.

Устройство складов должно отвечать требованиям, предъявляемым к правилам их эксплуатации, соблюдению условий охраны труда и техники безопасности, а также противопожарной безопасности. Для выполнения этих требований склады оснащают вентиляционными устройствами и проводят центральное отопление. Водоснабжение должно обеспечивать потребность как в питьевой воде, так и в воде для противопожарных и других нужд. Освещение складов должно соответствовать установленным нормам.

Особые требования предъявляются к *планировке складских участков*, которая должна обеспечивать необходимое количество выездов, проездов и подъездов. Между отдельными складскими зданиями и сооружениями следует установить в зависимости от их огнестойкости необходимое расстояние.

Таковы общие требования, которым в основном должно отвечать устройство общетоварных складов.

Устройство специальных складов должно быть подчинено рациональной организации технологического процесса по приемке, хранению и отпуску товаров, имеющих специфические физико-химические свойства. Например, при строительстве складов-холодильников используют различные изоляционные материалы. Такие склады имеют только искусственное освещение и оснащаются необходимыми холодильными установками. В современных складах-холодильниках отводятся специальные помещения (камеры) для дефростации замороженных продуктов и хранения дефектных продуктов.

При строительстве складов горюче-смазочных материалов предусматривают максимальное расстояние между ними и другими складскими помещениями. Их устройство должно отвечать особым требованиям противопожарной безопасности.

Устройство хранилищ для картофеля, овощей и фруктов должно обеспечивать условия дифференцированного гидротермического режима хранения товаров.

### **§ 3.3. Виды складских помещений и их планировка**

Складские помещения классифицируют на следующие группы:

- основного производственного назначения;
- вспомогательные;
- подсобного назначения.

К *помещениям основного производственного назначения* относят помещения для хранения товаров (секции хранения), холодильные камеры, экспедиции по приему и отпуску товаров, цеха фасовки, комплекточные.

*Вспомогательные помещения* предназначены для размещения аппарата управления. Это служебные помещения аппарата управления, пункты питания, здравпункт, санитарно-бытовые помещения, вестибюли, лестничные клетки, тамбуры, зал товарных образцов.

*Складские помещения подсобного назначения* используются для хранения упаковочных и обвязочных материалов, для размещения технологического оборудования, инвентаря, тары, уборочных машин, отходов упаковки, мойки инвентаря и производственной тары.

Для выполнения технологических операций по приемке, хранению и отправке товаров покупателям на складах выделяются соответствующие зоны.

На общетоварных складах выделяются следующие основные зоны: разгрузки транспортных средств; приемки товаров по количеству и качеству; хранения; фасовки и упаковки товаров; комплектования заказов покупателей; погрузки и автомобильного транспорта.

Перечисленные операционные зоны склада должны быть связаны между собой необходимыми проходами и проездами.

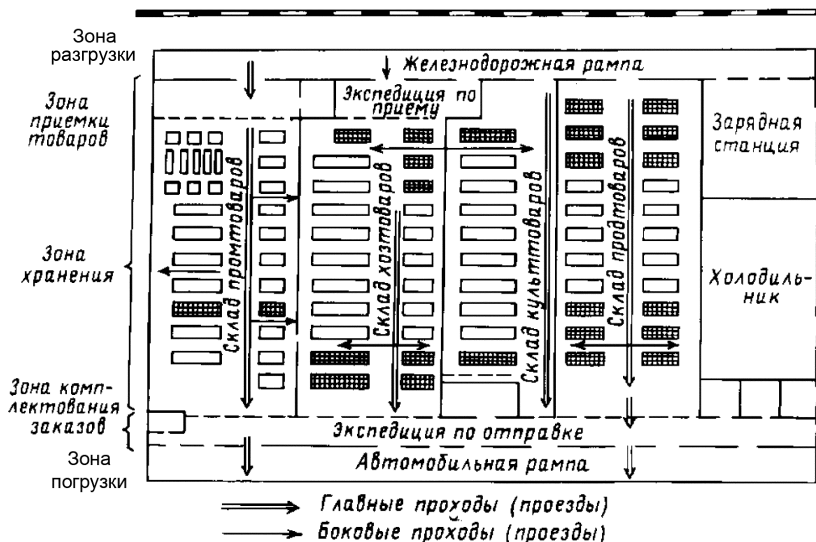
Зона разгрузки транспортных средств должна примыкать к зоне приемки товаров по количеству и качеству, где размещаются рабочие места товароведов-бракеров.

Под зону хранения товаров отводится основная часть площади склада. Она состоит из площади, занятой товарами, и площади проходов.

К зоне хранения должны примыкать зоны фасовки и упаковки товаров, комплектования заказов оптовых покупателей. В свою очередь, зона комплектования заказов должна находиться рядом с экспедицией по отправке товаров.

Такой принцип внутренней планировки помещений (зон) складов позволяет обеспечить поточность и непрерывность складского технологического процесса. Схема размещения основных операционных зон общетоварного склада приведена на рис. 3.2.

Специальные требования предъявляются к планировке зала товарных образцов. Для основных производственных процессов здесь должны быть выделены функциональные



**Рис. 3.2.** Схема размещения основных операционных зон общетоварного склада

зоны, обеспечивающие прежде всего возможность размещения необходимого набора оборудования и мебели, а также удобство действий товароведов-коммерсантов во время обслуживания оптовых покупателей. Кроме того, должен быть обеспечен свободный подход ко всем образцам товаров. Количество таких зон и их расположение определяются структурой представленных в зале товарных групп и численностью работников.

Обычно в зале товарных образцов выделяют несколько зон, выполняющих различные функции.

*Рабочие зоны* служат для размещения рабочих мест товароведов-коммерсантов. Они оборудуются конторскими столами и рабочими креслами, счетной техникой или персональными компьютерами, передвижной картотекой, стульями для покупателей и мебелью для хранения документации. Число таких зон зависит от количества ассортиментных групп товаров, экспонирующихся в зале товарных образцов.

*Зона экспозиций* разделяется на отдельные подзоны, оснащаемые пристенными и островными горками с приспособо-



блениями для показа товаров (полками, консолями, штангами и т. д.). Подзоны выделяются для экспонирования отдельных ассортиментных групп товаров. Здесь помимо рабочей выкладки образцов товаров данной группы предусматривают и специальные выставки сезонных товаров и т. п. Товарные образцы выставляют таким образом, чтобы покупатели могли свободно ориентироваться в предложенном им ассортименте.

*Зона ожидания и отдыха* предназначена для самостоятельной работы покупателей с альбомами, каталогами и списками товаров, а также для их отдыха после отбора товаров. Желательно, чтобы эта зона была отделена от основной экспозиции товаров и рабочих мест товароведов-коммерсантов. Основное оборудование зоны ожидания и отдыха — журнальные столы, кресла или банкетки, цветочницы. Здесь же могут быть сосредоточены различные рекламные материалы (листовки, проспекты, каталоги) и другая информация о реализуемых товарах, нормативно-техническая документация (стандарты и т. д.). Таким образом, зона ожидания и отдыха может быть совмещена с зоной информации.

*Зона проходов* служит для передвижения в зале товарных образцов и для прохода в другие помещения оптового торгового предприятия. Основные проходы должны иметь ширину не менее 2 м, другие — не менее 1 м.

Организация функциональных зон в зале товарных образцов, их обособление осуществляются с помощью подбора и расстановки торгового оборудования и мебели, размещение которых должно отвечать не только функциональной целесообразности, но и благоприятному восприятию интерьера. Общий вид зала товарных образцов, разделенного на укрупненные функциональные зоны, представлен на рис. 3.3.

### **§ 3.4. Определение потребности в складской площади и емкости складов**

При решении вопросов нового строительства или реконструкции действующих складов определяется потребность в складских площадях. Она рассчитывается по формуле

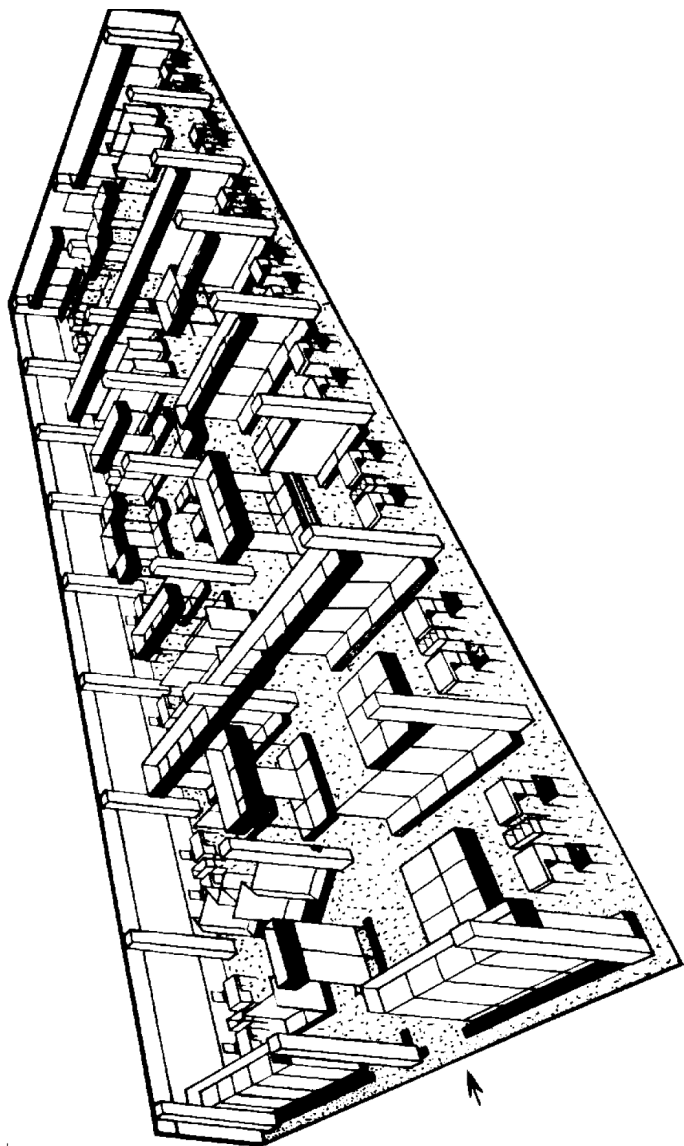


Рис. 3.3. Общий вид зала товарных образцов

$$S_{\text{н}} = NQ,$$

где  $S_{\text{н}}$  — потребность в складской площади (емкости);  
 $N$  — норматив складской площади (емкости) на 1 тыс. руб. товарного запаса;

$Q$  — товарный запас, подлежащий хранению на складе, тыс. руб.

Определение потребности в конкретных объемах строительства может проводиться по различным методикам.

Расчет площади склада производится по показателю товарных запасов, выраженному в условных двухосных вагонах (для общетоварных складов) и в кубических метрах, а также в условных тоннах (для холодильников и плодоовощехранилищ).

При этом сначала определяют максимальный товарный запас по каждой группе товаров, подлежащих хранению на складе, по формуле

$$Q_{\text{max}} = \frac{OK}{365C},$$

где  $Q_{\text{max}}$  — максимальный запас товаров в условных вагонах;  
 $O$  — годовой складской товарооборот по соответствующей группе товаров, тыс. руб.;

$K$  — коэффициент неравномерности образования товарных запасов, равный 1,2–1,3;

$C$  — средняя стоимость одного вагона товаров, тыс. руб.

Затем рассчитывают площадь хранения по каждой товарной группе с учетом способа хранения товаров. При этом исходят из того, что для хранения товаров, уложенных в штабеля, установлена норма площади 25 м<sup>2</sup> на каждый условный вагон, а для товаров, хранимых в распакованном виде на стеллажах при высоте укладки 2,5 м, — 40 м<sup>2</sup>.

Емкость склада определяется в условных поддонах или вагонах. За условный поддон принят поддон объемом 1 м<sup>3</sup> (800×1200×1050 мм). Двухосный вагон грузоподъемностью 20 т вмещает 42 условных поддона, условный контейнер (универсальный контейнер полезным объемом 6 м<sup>3</sup>) — шесть условных поддонов.

Располагая данными о площади склада и соответствующими нормами объема, несложно рассчитать требуемую емкость склада.

Второй способ определения требуемой площади для хранения товаров основан на расчете с использованием следующей формулы:

$$S_{\text{н}} = \frac{QK_1}{K_2h},$$

где  $S_{\text{н}}$  — требуемая площадь для хранения товаров,  $\text{м}^2$ ;

$Q$  — необходимый объем хранения,  $\text{м}^3$ ;

$K_1$  — коэффициент неравномерности поступления товаров;

$K_2$  — коэффициент использования объема складских помещений;

$h$  — высота складских помещений, м.

Необходимый объем хранения товаров соответствующей группы рассчитывается путем деления суммы средних товарных запасов, подлежащих хранению на складе, на стоимость  $1 \text{ м}^3$  товаров.

После определения требуемой складской площади для хранения товаров рассчитывают общую площадь помещения (камеры), предназначенного для хранения товаров. При этом наряду с площадью, занимаемой непосредственно товарами на поддонах, расположенных в стеллажах или штабелях (грузовая площадь), учитывают зазоры между поддонами и расстояния, отделяющие грузы от стен, приборов отопления, а также площади, занимаемые магистральными проездами и проходами между стеллажами и штабелями. Сюда же включают площадь, отводимую под зону приемки, отборки и комплектации товаров и т. д.

Площади экспедиционных и административно-бытовых помещений, фасовочных цехов, залов товарных образцов, кладовых для тары, грузовых коридоров и коридоров, соединяющих административно-бытовые помещения, определяются по специальным нормативам.

При определении грузовой площади холодильника учитывают показатель запасов скоропортящихся продуктов,

выраженный в кубических метрах, фактических и условных тоннах хранения. Ее можно рассчитать по формуле

$$S_{\text{хол}} = \frac{Q_{\text{зап}}}{Nh},$$

где  $S_{\text{хол}}$  — грузовая площадь холодильника,  $\text{м}^2$ ;

$Q_{\text{зап}}$  — запасы по соответствующей группе скоропортящихся товаров, т факт. (фактические тонны);

$N$  — нормы загрузки холодильника по данной группе товаров,  $\text{т}/\text{м}^3$ ;

$h$  — высота укладки товаров, м.

Для определения площади камер хранения холодильника следует грузовую площадь разделить на коэффициент грузовой площади, который показывает соотношение грузовой и общей площади камер хранения.

Расчет площади для хранения картофеля и плодоовощной продукции основан на данных об объеме единовременной закладки соответствующей продукции, о площади и расчетной вместимости одного контейнера (при контейнерном способе хранения), количестве ярусов в штабелях и коэффициенте использования грузовой площади.

Необходимая длина фронта погрузочно-разгрузочных работ (длина автомобильной и железнодорожной рампы) может быть определена по формуле

$$L_{\text{фр}} = nl + (n-1)l_1,$$

где  $L_{\text{фр}}$  — длина фронта погрузочно-разгрузочных работ, м;

$n$  — количество транспортных единиц, одновременно подаваемых к складу;

$l$  — длина транспортной единицы, м;

$l_1$  — расстояние между транспортными средствами, м.

## Глава 4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ТОВАРНЫХ СКЛАДОВ

---

### § 4.1. Оборудование для хранения товаров

Предназначенное для хранения товаров оборудование подразделяют на следующие подгруппы:

- укладки и хранения тарно-штучных грузов;
- хранения навалочных и насыпных грузов;
- хранения наливных грузов.

Для укладки и хранения тарно-штучных грузов широко применяются стеллажи и поддоны.

**Стеллажи** по назначению подразделяют на универсальные и специальные. В зависимости от конструктивных особенностей различают сборно-разборные и неразборные стеллажи. Сборно-разборные стеллажи собирают из унифицированных деталей и узлов, что обеспечивает большое количество вариантов их компоновки.

**Универсальные стеллажи** используют для хранения различных продовольственных и непродовольственных товаров в таре или на поддонах. Они бывают полочными, клеточными, ящичными, каркасными и гравитационными. Самыми распространенными являются *полочные стеллажи*, которые представляют собой несколько рядов горизонтальных полок, укрепленных на вертикальных стойках. В *клеточных стеллажах* полки разделены вертикальными перегородками. Их используют для хранения мелкоштучных товаров в коробках или пачках, а также для размещения товаров по сортам, видам и другим признакам. *Ящичные стеллажи* служат для хранения мелкоштучных неупакованных товаров. Ячейками

в них служат ящики. *Каркасные стеллажи* состоят из вертикальной металлической рамы и горизонтальной обрешетки. С помощью перфорации в стойках можно переставлять обрешетку и изменять высоту ячейки стеллажа. Используют каркасные стеллажи для хранения товаров на поддонах с применением средств механизации. В *гравитационных стеллажах* грузовые полки наклонены, и груз перемещается под действием своей силы тяжести.

**Специальные стеллажи** служат для хранения определенных товаров. Их подразделяют на стоечные, консольные и механические стеллажи-вешала. *Стойные стеллажи* состоят из горизонтальной рамы и укрепленных на ней стоек. В *консольных стеллажах* грузонесущая поверхность выполнена в виде консолей. На стоечных и консольных стеллажах размещают для хранения длинномерные грузы (трубы, сортовой металл и т. д.). *Механические стеллажи-вешала* используют для хранения верхней одежды, костюмов на плечиках.

На выбор того или иного типа стеллажа влияют ассортимент хранимых товаров, габаритные размеры тарных мест, используемое для обработки грузов подъемно-транспортное оборудование.

Потребность в стеллажном оборудовании можно определить по формуле

$$Q_{\text{ст}} = \frac{Q_{\text{т}}}{V_{\text{ст}}},$$

где  $Q_{\text{ст}}$  — количество стеллажей;

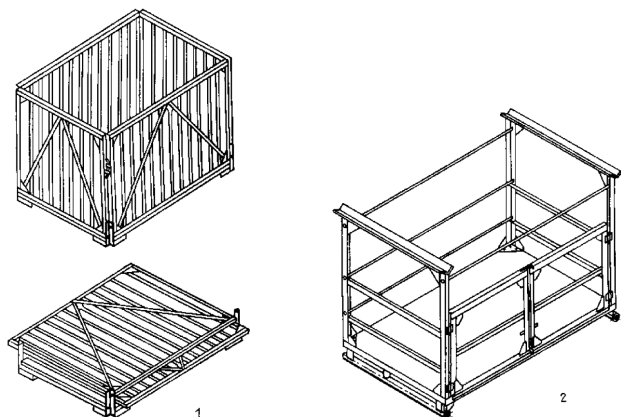
$Q_{\text{т}}$  — количество товаров, подлежащих хранению в стеллажах,  $\text{м}^3$ ;

$V_{\text{ст}}$  — емкость стеллажа,  $\text{м}^3$ .

**Поддоны** представляют собой устройства, предназначенные для формирования грузовых пакетов, штабелирования и транспортирования товаров. По своему использованию они универсальны. Изготавливаются в основном из дерева, но могут быть и из пластмассы или металла.

По конструкции различают плоские, стоечные и ящичные поддоны (рис. 4.1). *Плоские поддоны* применяют для па-

кетирования товаров в ящиках, мешках и другой таре. *Сточные поддоны* имеют четыре стойки, позволяющие производить многоярусную их укладку с грузами, которые не обеспечивают устойчивость штабеля (товары в картонных коробках и др.). *Ящичные поддоны* имеют съемные или несъемные стенки. В них укладывают товары в коробках, связках, свертках и легкоповреждаемые грузы.



**Рис. 4.1.** Поддоны:

- 1 — ящичный для картофеля, капусты, корнеплодов;  
2 — стоечный для крупногабаритных товаров

Использование поддонов на складах создает необходимые условия для комплексной механизации погрузочно-разгрузочных и внутрискладских работ, сокращения трудовых затрат, более эффективного использования площади и емкости складских помещений. При этом в 3–4 раза возрастает производительность труда, в 2–3 раза сокращается простой транспортных средств.

Хранение навалочных и насыпных грузов (поваренной соли, строительных материалов, зерна, некоторых видов овощей и др.) осуществляют в бункерных устройствах и закромах.

**Бункерные устройства** представляют собой специально оборудованные вместилища для временного хранения навалочных и сыпучих грузов. Они бывают прямоугольной,



круглой или конической формы. Сверху имеют загрузочные устройства, снизу — высыпной люк с затвором. По материалу изготовления подразделяются на деревянные, железобетонные и металлические. Могут иметь емкость от 20 до 100 м<sup>3</sup> и более.

**Закрома** — отгороженные вертикальной перегородкой места для насыпки навалочных грузов. Могут иметь ячейки, образуемые внутренними перегородками. Чаще всего встречаются железобетонные и деревянные закрома.

Наливные грузы (растительные масла, нефтепродукты и т. п.) хранят в резервуарах (баках), а также в бочках, бидонах и т. п.

**Резервуары** чаще всего изготавливают из стали. Они могут иметь различную емкость — 5, 10, 25, 50, 75, 100 м<sup>3</sup>. Для замеров, чистки и ремонта их снабжают люками, а также приспособлениями для слива и налива жидкостей, а также для выпуска воздуха.

Для хранения и перевозки наливных грузов могут использоваться специализированные **контейнеры** массой брутто 30, 20, 10, 5 и 1,25 т. Их применение является экономически выгодным, так как позволяет максимально механизировать и упростить операции, связанные с хранением и перевозками таких грузов.

## § 4.2. Подъемно-транспортное оборудование

Применение подъемно-транспортного оборудования в складском технологическом процессе способствует облегчению тяжелых и трудоемких работ, ускоряет выполнение погрузочно-разгрузочных операций, сокращает время простоя транспорта. Механизация складских работ повышает производительность труда работников в 3–5 раз.

Подъемно-транспортное оборудование классифицируют по следующим основным признакам:

- функциональному назначению;
- принципу периодичности действия;
- роду перерабатываемого груза;

- видам привода;
- степени механизации труда.

Рассмотрим классификацию подъемно-транспортного оборудования по одному из важнейших признаков — функциональному назначению. По этому признаку оно подразделяется на три группы:

- грузоподъемные машины и механизмы;
- транспортирующие машины и устройства;
- погрузочно-разгрузочные машины.

К **грузоподъемным машинам и механизмам** относят:

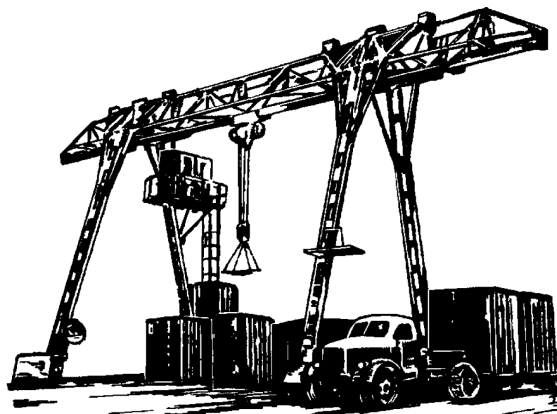
- краны;
- грузовые лифты;
- лебедки;
- электрические тали.

**Краны** предназначены для перемещения грузов в вертикальном и горизонтальном направлениях. Их подразделяют на мостовые и консольные, козловые и автомобильные, краны-штабелеры.

*Мостовые краны* представляют собой грузоподъемные машины, передвигающиеся по рельсам, закрепленным на выступах стен склада или специальных колоннах. Используются они для перемещения тяжеловесных грузов и контейнеров в закрытых складских помещениях, под навесами или на открытых площадках. На товарных складах применяют мостовые краны грузоподъемностью 5–10 т, способные поднимать груз на высоту 8–16 м.

*Консольные краны* находят применение на комплектовочно-сортировочных площадках и рампах складов. Они предназначены для работы с грузами небольшой массы и малых габаритных размеров. Консольные краны бывают напольными и настенными, могут крепиться к колонне складского помещения. Дуга поворота консоли крана достигает 360°.

*Электрические козловые краны* (рис. 4.2) грузоподъемностью до 30 т широко эксплуатируются при производстве погрузочно-разгрузочных работ на открытых площадках складов и баз. Перемещаются по подкрановым рельсам, уложенным на земле. Обладают высокой производительностью.



**Рис. 4.2.** Электрический козловой кран

*Автомобильные краны* применяют для погрузочно-разгрузочных работ на рассредоточенных объектах. Они представляют собой самоходные погрузочно-разгрузочные механизмы, смонтированные на автомобильных шасси. Их грузоподъемность — от 3 до 45 т. Поднимают груз на высоту более 7 м.

*Краны-штабелеры* предназначены для механизации погрузочно-разгрузочных работ в закрытых складах для переработки тарно-штучных грузов. Они подразделяются на мостовые и стеллажные.

Мостовой кран-штабелер представляет собой механизм, состоящий из кранового моста, вертикальной колонны и грузового захвата. Перемещается по рельсовым путям, смонтированным на строительных конструкциях здания склада.

Стеллажный кран-штабелер — подъемно-транспортная машина, состоящая из тележки и смонтированной на ней вертикальной рамы, а также передвигающейся по раме подъемной платформы, на которой установлен грузовой захват. Стеллажные краны-штабелеры в зависимости от конструкции могут передвигаться по рельсовым путям, уложенным на полу или на стеллажах.

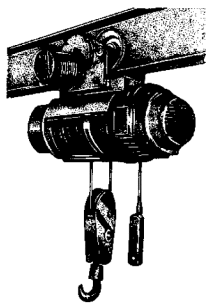
Краны-штабелеры используют для укладки грузов в штабеля и стеллажи значительной высоты, а также для ком-

плектования ассортимента товаров при их отборке с мест хранения.

**Грузовой лифт** представляет собой грузоподъемное устройство прерывистого действия для подъема и спуска грузов. Грузоподъемность его — от 0,15 до 5 т.

**Лебедки** используются для вертикального (подъемные лебедки) и горизонтального (тяговые лебедки) перемещения грузов. Выпускаются с ручным и электрическим приводами. Могут иметь тяговые усилия от 1 до 10 т.

**Электрическая таль** (рис. 4.3) — механизм с электроприводом для вертикального и горизонтального перемещения груза, подвешенного на крюк. Горизонтальное перемещение осуществляется вдоль подвесного однорельсового пути. Управляют ею с помощью кнопочного механизма. Выпускается грузоподъемностью 0,5; 1; 5 и 10 т, рассчитана на высоту подъема груза от 4 до 30 м.



**Рис. 4.3.** Таль электрическая

К транспортирующим машинам и устройствам относятся:

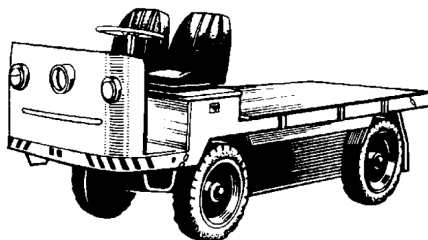
- конвейеры;
- гравитационные устройства;
- грузовые транспортные тележки;
- электротягачи и др.

**Конвейеры (транспортеры)** — транспортирующие машины непрерывного действия. В зависимости от конструктивных особенностей их грузонесущих органов они бывают ленточные, пластинчатые и роликовые. Применяются для

горизонтального и слабонаклонного перемещения сыпучих и штучных грузов.

К **гравитационным устройствам** относятся *гравитационные конвейеры и вертикальные спуски*. Груз при помощи этих устройств перемещается под действием своей силы тяжести.

**Грузовые транспортные тележки** используются для горизонтального и слабонаклонного перемещения грузов. Они бывают электрические (рис. 4.4) и ручные. *Электротележки* применяют для перемещения грузов на расстояние до 1 км. Их грузоподъемность — 0,5; 0,75; 1 и 2 т. *Ручные тележки* выпускают на трех–четырёх колесах, грузоподъемностью 0,25–1 т. Тележки грузоподъемностью до 50 кг применяют для перемещения отдельных легковесных грузов.



**Рис. 4.4.** Тележка электрическая

*Тележки-штабелеры* с ручным гидравлическим рычажным приводом подъема груза позволяют производить многоярусное складирование, укладку в стеллажи и перемещение грузов в производственной таре. Тележки могут иметь подъемную платформу или подъемные вилы.

**Электротягачи** применяют для горизонтального перемещения прицепных тележек и тары-оборудования на колесах. Общая масса перевозимых грузов составляет до 1,5 т.

**Погрузочно-разгрузочные машины** предназначены для выполнения погрузочно-разгрузочных работ, внутрискладского перемещения и складирования грузов. К ним относятся:

- вилочные погрузчики;
- электроштабелеры.

**Вилочные погрузчики** подразделяются на электропогрузчики и автопогрузчики.

*Вилочные электропогрузчики* (рис. 4.5) — машины напольного безрельсового электрифицированного транспорта, приводимые в движение электродвигателем с питанием от аккумуляторных батарей. Основным рабочим органом являются вилы, служащие для подхвата груза, его подъема, транспортирования и укладки. Выпускаются грузоподъемностью от 0,5 до 5 т, высота подъема груза — от 2 до 5,6 м. Электропогрузчики обладают высокой маневренностью.

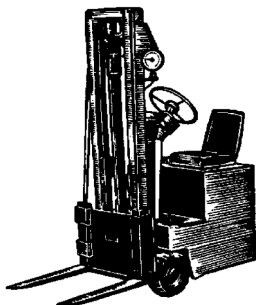
Вилочные электропогрузчики используются для производства погрузочно-разгрузочных и транспортных операций на открытых складских площадках, в складских и производственных помещениях. Они широко применяются для погрузки и разгрузки железнодорожных вагонов, бортовых автомобилей и автоприцепов.

*Вилочные автопогрузчики* приводятся в действие при помощи двигателя внутреннего сгорания, в связи с чем применяются для выполнения погрузочно-разгрузочных работ только на открытых площадках. Выпускаются грузоподъемностью от 3,2 до 10 т, высота подъема груза — до 8,2 м.

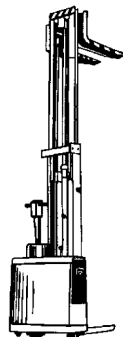
*Электрощабелеры* (рис. 4.6) также относятся к машинам напольного безрельсового транспорта. Служат для выполнения складских работ в закрытых помещениях с твердым и ровным покрытием пола. Их используют, как правило, для работы в стесненных условиях при штабелировании грузов в высокие ярусы стеллажей. Загрузка груза в стеллажи и его выгрузка производятся выдвижением грузоподъемника с вилочными захватами. Рама грузоподъемного механизма может наклоняться вперед и назад, что и обеспечивает возможность взятия груза из штабеля и укладку его в штабель. Выпускаются грузоподъемностью 0,8; 1; 1,25; 1,6 и 2 т.

При оснащении складов подъемно-транспортным оборудованием учитывают:

- устройство складов;
- ассортимент и габаритные размеры подлежащих переработке грузов;
- объем погрузочно-разгрузочных и складских работ;
- производительность механизмов;
- режим работы складов.



**Рис. 4.5.** Погрузчик электрический



**Рис. 4.6.** Штабелер электрический

Потребность в подъемно-транспортных машинах можно определить по формуле

$$Q_{\text{маш}} = \frac{V_{\text{г.о}} \cdot K_{\text{н}}}{P_{\text{маш}} \cdot T_{\text{р}} \cdot C_{\text{см}} \cdot N_{\text{н}}},$$

где  $Q_{\text{маш}}$  — потребное количество машин, ед.;

$V_{\text{г.о}}$  — годовой объем грузооборота, т;

$K_{\text{н}}$  — коэффициент неравномерности грузооборота;

$P_{\text{маш}}$  — эксплуатационная производительность машины, т/ч;

$T_{\text{р}}$  — количество часов работы машины в смену;

$C_{\text{см}}$  — количество смен работы машины в сутки;

$N_{\text{н}}$  — количество рабочих дней машины в году.

Для расчета эксплуатационной производительности машины можно использовать формулу

$$P_{\text{маш}} = P_{\text{т}} \cdot K_1 \cdot K_2,$$

где  $P_{\text{маш}}$  — эксплуатационная производительность машины, т/ч;

$P_{\text{т}}$  — техническая (конструктивная) производительность машины, т/ч;

$K_1$  — коэффициент использования машины по загрузке;

$K_2$  — коэффициент использования машины по времени.

При этом  $K_1$  определяется как отношение среднего веса транспортируемого груза за один цикл работы к номинальной грузоподъемности машины. Коэффициент использования машины по времени  $K_2$  равен отношению фактической продолжительности работы машины (с учетом простоев на профилактику и т. д.) к нормативной продолжительности рабочей смены.

### § 4.3. Весоизмерительное и фасовочное оборудование

**Весоизмерительное оборудование.** В зависимости от конструкции используемые на складах *весы* классифицируют следующим образом:

- гирные;
- шкальные;
- шкально-гирные;
- циферблатные;
- полуавтоматические;
- автоматические.

Кроме того, весы подразделяют на следующие разновидности:

- вагонные;
- автомобильные;
- крановые;
- товарные (платформенные);
- настольные (обыкновенные, циферблатные, электронные).

Крановые весы предназначены для измерения массы подвешенных грузов как в помещениях, так и на открытом воздухе. Они представляют собой крюк подъемного крана, снабженный электронным весоизмерительным устройством. Взвешивание груза на таких весах осуществляется посредством его подъема. Наибольший диапазон взвешивания крановых весов от 100 кг до 200 т.

Для оснащения складов чаще всего используют передвижные и стационарные *платформенные весы*. Их применяют для взвешивания тяжелых и крупногабаритных грузов.



Для взвешивания грузов массой от 50 кг до 3 т применяют товарные весы, представляющие собой передвижные напольные весы. Они имеют следующие пределы взвешивания:

- шкально-гирные — 500 кг, 1, 2 и 3 т;
- шкальные — 50, 100, 200, 500 кг, 1, 2 и 3 т;
- циферблатные — 60, 100, 150, 300, 600 кг, 1, 2 и 3 т.

Наименьший предел взвешивания на всех товарных весах равен  $1/20$  наибольшего предела взвешивания.

На шкально-гирных весах массу груза определяют суммированием значений массы накладных гирь и показаний шкалы. Они являются малопроизводительными. Для определения массы товара необходимо производить подсчет. Вместе с тем они просты по конструкции, надежны и имеют сравнительно невысокую стоимость.

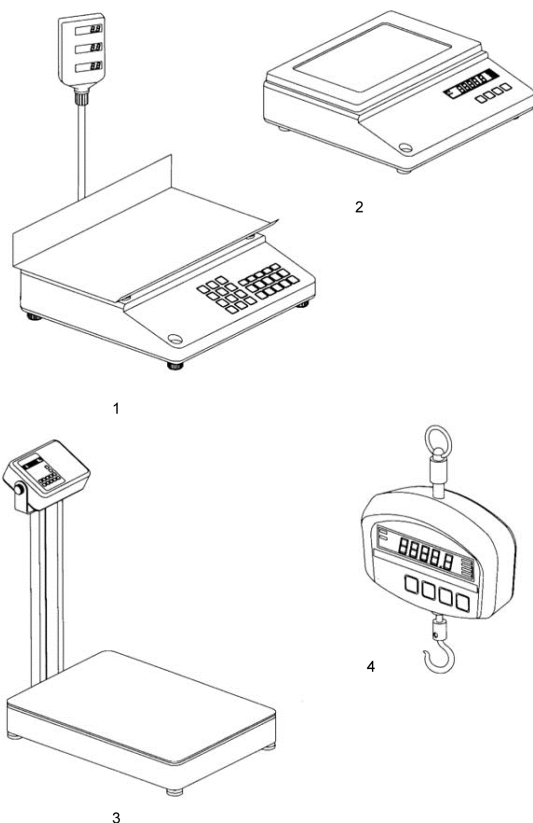
Шкальные и циферблатные весы удобны в эксплуатации.

Стационарные платформенные весы предназначены для взвешивания грузов большой массы. Их механизм монтируется на специальном фундаменте в углублении (приямке). Пределы взвешивания таких весов 10, 15, 30, 60, 100 и 150 т.

Все более широкое распространение получают электронные весы нового поколения (рис. 4.7). В настоящее время в России выпускается несколько сот моделей таких весов (от настольных до автомобильных и вагонных). Они долговечны и надежны, могут быть исполнены под любые условия эксплуатации (пыле- и влагозащищенные, морозоустойчивые), имеют высокие метрологические характеристики. Время взвешивания составляет всего 2–3 с. Такие весы имеют максимум сервисных функций (исключение массы тары во всем диапазоне взвешивания, счетный режим, удержание веса, тестирование возможных неисправностей и др.). Многие модели весов имеют унифицированные узлы и единый терминал, что обеспечивает их высокую ремонтпригодность.

*Вагонные весы* предназначены для потележного (в движении) и повагонного (в статике) взвешивания железнодорожных вагонов. Эти весы имеют пределы взвешивания от 7,5 до 200 т.

*Автомобильные весы* служат для взвешивания автомобилей и автопоездов, в том числе и находящихся в движении



**Рис. 4.7.** Весы электронные:

1, 2 — настольные; 3 — напольные; 4 — крановые

(весы поосного взвешивания). Взвешивание на них происходит путем определения нагрузки на каждую из осей автомобиля. Такие весы могут иметь диапазон взвешивания до 150 т. При наезде автомобиля на платформы весов электронный терминал фиксирует нагрузку каждого моста, а по окончании взвешивания на табло терминала индицируется полная масса автомобиля или автопоезда.

**Фасовочное оборудование.** На товарных складах используется различное фасовочное оборудование. По назначению оно подразделяются на оборудование для фасования и упаковывания:

- бакалейных товаров (автоматические дозаторы, механизированные поточные линии);
- картофеля, овощей и плодов (полуавтоматические весы и линии для фасовки и упаковки).

Для фасования сахарного песка, крупы и других сыпучих товаров в бумажные или полимерные пакеты порциями по 0,5 и 1 кг применяют автоматические весы. Их производительность — 1500 пакетов в час при массе порции 1 кг. Допустимая погрешность дозирования  $\pm 0,5\%$  номинальной массы. Применяют их в цехах централизованного фасования, где монтируют стационарно на полу.

Фасование кондитерских изделий (конфет, пряников и т. п.) и других продовольственных товаров производят с помощью установки для фасования в пакеты из полимерной пленки. Массу порции определяют на электронных весах. В крупных цехах централизованного фасования применяют автоматы для фасования и упаковывания товаров.

Для изготовления двойных бумажных пакетов, фасования и упаковывания в них сахарного песка порциями до 1 кг применяют автоматы производительностью 3600 пакетов в час с допустимой погрешностью дозирования каждой порции в пределах  $\pm 1,5\%$ .

Промышленность производит автоматы для фасования и упаковывания в пакеты из полимерной пленки сахарного песка, круп, поваренной соли и других сыпучих товаров порциями 0,5–1 кг, производительностью до 2700 пакетов в час при массе порции 1 кг.

Для фасования и упаковывания товаров могут быть использованы механизированные и автоматизированные поточные линии.

В механизированных линиях почти все технологические операции выполняются с помощью машин, управляемых персоналом. В состав таких линий входят автоматические весы и автоматические укладчики фасованных товаров в тару-оборудование. Механизированная линия имеет производительность до 3000 пакетов в час при массе порции 1 кг.

Автоматизированные поточные линии оснащены комплексом машин, автоматически выполняющих все техноло-

гические операции. Используют их для фасования и упаковывания сахарного песка и круп.

Специальные машины используют для упаковывания плодов, овощей, картофеля в рукавную хлопчатобумажную и полимерную сетку. Их производительность достигает 1200 пакетов в час при массе порции не более 3 кг.

Для автоматического упаковывания плодоовощной продукции в полимерную сетку применяют автоматы производительностью 780–1200 пакетов в час в зависимости от массы порции.

Имеются также механизированные поточные линии для фасования и упаковывания картофеля в полимерную сетку, а также моркови в полимерные пакеты и др. Их производительность составляет 600 порций в час при массе порции картофеля 3 кг и массе порции моркови 1 кг.

## Глава 5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ СКЛАДСКИХ ОПЕРАЦИЙ

---

### § 5.1. Складской технологический процесс и принципы его организации

На складах осуществляется целый комплекс разнообразных последовательно выполняемых операций по поступлению, хранению и отпуску товаров. Эти операции в совокупности составляют *складской технологический процесс*. Содержание и объем складского технологического процесса зависят от вида склада, физико-химических свойств товаров, хранящихся на нем, объема грузооборота и других факторов.

Товары на склады поступают различными видами транспорта. При наличии железнодорожных подъездных путей товары могут поступать в вагонах или контейнерах. Значительная их часть завозится на склады автотранспортными средствами.

Выполнение операций, связанных с поступлением товаров, предусматривает разгрузку транспортных средств, доставку товаров в зону приемки, распаковку и приемку их по количеству и качеству.

Принятые товары доставляют в зону хранения, где их размещают на стеллажах или укладывают в штабеля. В зависимости от физико-химических свойств товаров для них создают определенные условия хранения.

Далее следуют операции, связанные с отпуском товаров покупателям: отборка товаров; перемещение их к участку комплектования заказов; комплектование заказов; подготовка товаров к отпуску (переупаковка, укладка на поддоны,

в контейнеры); экспедиционные операции по отправке товаров покупателям (формирование маршрутов, погрузка транспортных средств, централизованная доставка товаров); сдача товаров получателям.

Существенное влияние на общую продолжительность процесса товародвижения оказывает скорость выполнения технологического складского процесса, которая зависит от задач и функций, выполняемых складом, условий поставки товаров, степени механизации складских операций. Технология выполнения складских операций в определенной мере зависит от особенностей устройства складских помещений и их размеров, внутренней планировки складов, оснащения складов оборудованием для хранения товаров.

В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:

- планомерность и ритмичность;
- рациональная организация товарного потока;
- эффективное использование средств труда;
- механизация и автоматизация складских операций;
- полная сохранность свойств товаров.

Складской технологический процесс должен быть четко *спланирован*. Для этих целей разрабатываются календарные планы и графики поступления и отпуска товаров, которые позволяют заблаговременно подготовиться к выполнению операций по разгрузке, приемке, хранению и отпуску товаров, более производительно использовать складские площади, транспортные средства и рабочую силу.

*Ритмичность технологического процесса* предполагает повторяемость всего цикла и отдельных операций в равные отрезки времени. Соблюдение ритмичности в работе склада способствует равномерному распределению рабочего времени, что обеспечивает надлежащий режим труда и отдыха работников, а также позволяет полнее использовать транспортные средства и складские помещения.

*Рациональная организация товарного потока* предусматривает внутрискладские перемещения товаров максимально короткими, непересекающимися, противоположно направленными путями. Пути движения товаров должны быть

максимально выпрямленными как в горизонтальном, так и в вертикальном направлениях. Такая организация товарного потока обеспечивает сокращение длительности выполнения отдельных операций и требует меньших затрат на перемещение грузов.

*Принцип эффективного использования средств труда* предполагает оптимальное использование площади, емкости и оборудования складов. Важную роль в рациональной организации и осуществлении технологического процесса играют *механизация и автоматизация складских операций*. В механизации и автоматизации складских операций заложены огромные резервы роста производительности труда складских работников, повышения эффективности использования площади и емкости складов, ускорения погрузочно-разгрузочных операций, сокращения простоев транспортных средств.

*Обеспечение полной сохранности свойств товаров* — также один из важнейших принципов рациональной организации складского технологического процесса. Оно достигается созданием надлежащего гидротермического режима хранения товаров, удобной системой их укладки и размещения, организацией постоянного контроля в процессе хранения. Одним из условий рациональной организации складского технологического процесса является четкое распределение обязанностей между работниками, выполняющими соответствующие операции.

## **§ 5.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров**

Начальную стадию складского технологического процесса составляют операции по поступлению и приемке товаров. Структура и количество этих операций зависят от места приемки и вида груза, а также вида транспортного средства, которым товары доставлены на склад.

Если товары поступили *в железнодорожных вагонах*, то выполняются следующие основные операции:

- проверка целостности пломб и вскрытие вагона;

- осмотр состояния поступившего груза (состояние укладки, тары и т. д.);
- разгрузка вагонов с укладкой товаров на поддоны или тележки;
- первичная приемка товаров по количеству (проверка соответствия числа тарных мест сопроводительным документам);
- доставка сформированных партий товаров на участок приемки, экспедиционный склад или в зону хранения.

При поступлении товаров в *железнодорожных контейнерах* операции выполняются по следующей схеме:

- проверка целостности пломб и состояния контейнера (не должно быть повреждений и поломок);
- строповка и перемещение контейнера на разгрузочную рампу;
- перемещение контейнера в зону приемки товаров.

По следующей схеме будут выполняться операции, если товары доставлены на склад *автомобильным транспортом*:

- проверка целостности упаковки, первичная приемка товаров по количеству;
- укладка товаров на поддоны или тележки;
- перемещение сформированных транспортных единиц в зону приемки или хранения.

Штучные, тароупаковочные и навалочные грузы транспортируются в вагонах.

Длинномерные и крупногабаритные грузы (лесоматериалы и др.) доставляются в полувагонах и на платформах.

Для транспортировки жидких грузов (масло растительное, керосин и др.) используют цистерны.

Универсальные контейнеры могут доставляться на склады на железнодорожных платформах или автомобилях.

Если склад имеет подъездные железнодорожные пути, то вагоны, полувагоны, платформы и цистерны адресуются на близлежащую железнодорожную станцию, а затем подаются на ветку оптового торгового предприятия.

Контейнеры поступают или непосредственно на склад, или на контейнерную площадку железнодорожной станции, а затем доставляются на склад автомобильным транспортом.



До прибытия груза на складе должна быть проведена подготовительная работа. В зависимости от вида поступления необходимо определить места разгрузки транспортных средств, проверить наличие количества поддонов, установить, при помощи каких механизмов будет разгружаться и перемещаться поступивший товар, и т. д.

При поступлении груза в неисправном вагоне или контейнере либо с нарушенной пломбой необходимо произвести сплошную проверку количества и качества товаров и обязательно составить коммерческий акт<sup>1</sup>, который является основанием для предъявления претензии транспортным органам или поставщику. Он должен быть составлен на специальных бланках до получения груза от органов транспорта. Если вагон имеет течь или обнаружено, что груз испорчен вследствие неисправности вагона, то дополнительно к коммерческому акту составляется технический акт.

Для выгрузки товаров из вагонов могут быть использованы конвейеры, транспортеры, электропогрузчики или средства малой механизации. При этом непакетированные штучные грузы предварительно формируют в пакеты, используя поддоны, которые после их загрузки перемещают в зону приемки товаров.

При доставке товаров в контейнерах для снятия их с транспортных средств применяют мостовые краны. Контейнеры массой до 5 т при помощи погрузчиков доставляют в экспедицию или зону приемки. Крупнотоннажные контейнеры устанавливают на рампе и разгружают как вагоны.

Пакетированные грузы, доставленные автомобильным транспортом, выгружают с помощью вилочных погрузчиков. Непакетированные штучные грузы должны быть предварительно уложены на поддоны.

Разгрузку транспортных средств необходимо осуществлять при строгом соблюдении установленных правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ. При этом следует обращать внимание на специальную маркировку грузов.

Доставленные в зону приемки товары принимаются по количеству и качеству.

---

<sup>1</sup> Порядок составления коммерческого акта приведен в § 8.2.

Приемка товаров по количеству предусматривает: отбор тарных мест для вскрытия; вскрытие тары; подсчет количества единиц или взвешивание товаров и сверку с транспортными и сопроводительными документами; укладку товаров на поддоны. Приемка товаров по качеству состоит из следующих операций: перемещение товаров к рабочему месту товароведа-бракера; вскрытие тары; проверка качества товаров; укладка проверенных товаров на поддоны.

Приемка товаров по количеству и качеству — одно из действенных средств борьбы против проникновения в торговлю недоброкачественных товаров. Она является важной составной частью складского технологического процесса, предусматривающей проверку выполнения поставщиками договорных обязательств по количеству, ассортименту и качеству товаров, их расфасовке и упаковке.

Приемка товаров должна осуществляться в соответствии с правилами, содержащимися в инструкциях “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству” и “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству”. Эти инструкции применяются во всех случаях, за исключением тех, когда государственными стандартами, техническими условиями или другими обязательными правилами не предусмотрен иной порядок приемки товаров по количеству и качеству<sup>1</sup>.

При приемке груза от органов транспорта следует руководствоваться нормативными документами, действующими на соответствующем виде транспорта.

**Приемка товаров по количеству** состоит в сверке фактически поступивших товаров с показателями транспортных и сопроводительных документов — счетов-фактур, товарно-транспортных накладных, кипных карт, упаковочных листов.

---

<sup>1</sup> В соответствии с постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 22 октября 1997 г. № 18 порядок приемки товаров по количеству и качеству, установленный данными инструкциями, может применяться только в случаях, когда это предусмотрено договором поставки.

Количество поступивших товаров должно определяться в тех же единицах измерения, которые указаны в сопроводительных документах. Если отправитель указал не только массу товаров, но и количество мест, то при приемке следует проверить как массу, так и количество мест. Массу насыпных, наливных и навалочных грузов определяют путем взвешивания транспортных средств с содержащимся в них товаром или путем расчета массы этих грузов по объему и удельному весу.

Если на поступившие товары отсутствует счет поставщика, то необходимо составить акт с указанием наименования поставщика и грузоотправителя, места приемки товаров, количества мест, значащихся по транспортным документам, массы товара, станции (пристани, порта) отправления и назначения, номера коммерческого акта и даты его выдачи, состояния упаковки. В акте также следует привести данные о фактически поступивших товарах (их наименование, характеристику, код, потребительские признаки, единицы измерения, количество, массу, цену, стоимость)<sup>1</sup>.

При составлении акта используется унифицированная форма, утвержденная Госкомстатом России.

Порядок и сроки приемки товаров по количеству зависят от характера тары или упаковки, в которой поступил товар, его физико-химических свойств, способа доставки и других условий.

Товары, поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре, должны быть приняты по количеству в момент вскрытия (разгрузки) транспортных средств, но не позднее сроков, установленных для их разгрузки. В этот же срок осуществляется приемка по массе брутто и количеству мест

---

<sup>1</sup> С 1 января 2013 г. формы первичных учетных документов, содержащиеся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, не являются обязательными к применению. Вместе с тем обязательными к применению продолжают оставаться формы документов, используемых в качестве первичных учетных документов, установленные уполномоченными органами в соответствии и на основании других федеральных законов (например, кассовые документы) (информация Минфина России № ПЗ-10/2012).

товаров, поступивших в исправной таре. Окончательная приемка товара (по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте) производится одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а по скоропортящейся продукции — не позднее 24 ч с момента получения продукции от поставщика.

Для районов Крайнего Севера и других районов досрочного завоза сроки приемки товаров по количеству удлинены до 60 дней для непродовольственных товаров, 40 дней — для нес скоропортящихся продовольственных товаров и 48 ч для скоропортящихся товаров.

Приемку товаров по количеству осуществляют, как правило, путем сплошного подсчета единиц, меры или массы товара в данной партии (за исключением товаров в фабричной упаковке).

Выборочная проверка количества товаров с распространением ее результатов на всю партию допускается в случаях, предусмотренных государственными стандартами, техническими условиями или договорами.

При обнаружении недостачи дальнейшая приемка приостанавливается, составляется акт о приемке товара. В нем должны быть указаны:

- наименование, адрес и номер телефона организации, где производилась приемка товаров, и наименование ее структурного подразделения;

- основание для составления акта (приказ или распоряжение);

- место приемки;

- наименование сопроводительных документов, их номера и т. д.;

- наименования грузоотправителя, производителя, поставщика, страховой компании;

- номер и дата составления договора поставки товара;

- номер и дата составления коммерческого акта;

- номер железнодорожной накладной;

- способ доставки;

- дата отправления товара;

- дата и время прибытия и приемки товара;

- сведения о наименовании и количестве товаров, находящихся по документам поставщика и о фактически поступивших товарах;

- сведения о состоянии товара, тары и упаковки в момент осмотра;

- способ определения недостающего товара;

- заключение о причинах и месте образования недостачи товаров.

Лица, производившие приемку, должны принять меры к обеспечению сохранности поступившего товара.

Если выявлено несоответствие массы брутто отдельных мест массе, которая указана в транспортном или сопроводительном документе, на трафарете, то покупатель не должен вскрывать тару и упаковку.

Для продолжения работы по приемке товара и составления двустороннего акта необходимо вызвать представителя одногодородного отправителя (изготовителя) или, если это предусмотрено договором или другими обязательными документами, представителя иногородного отправителя (изготовителя). Представитель одногодородного поставщика должен явиться для участия в приемке товаров не позднее чем на следующий день после получения вызова (по скоропортящейся продукции — не позднее 4 ч после получения вызова); представитель иногородного поставщика — в течение трех дней после получения вызова, не считая времени, необходимого для проезда.

В случае неявки представителя поставщика или если его вызов не обязателен, приемка товара производится с участием:

- представителя другого предприятия, выделенного руководителем этого предприятия;

- представителя общественности предприятия-получателя, который назначается руководителем предприятия из числа лиц, утвержденных решением профсоюзного комитета.

С согласия отправителя (изготовителя) приемка товаров может быть произведена односторонне предприятием-получателем.

Представитель, выделенный для участия в приемке товаров, должен иметь удостоверение, которое выдается на каждую приемку в отдельности.

После завершения окончательной приемки товаров должен быть составлен акт, в котором указывают: дату и номер, место приемки и составления акта; время начала и окончания приемки; наименование получателя и его адрес; фамилию, имя и отчество лиц, участвующих в приемке, место работы и занимаемые должности; дату и номер доверенности на участие в приемке, а также сведения о том, что эти лица ознакомлены с правилами приемки товаров по количеству. В нем следует указать наименование и адрес отправителя (изготовителя), дату и номер телеграфного вызова, дату и номер транспортного документа, счетов-фактур, время доставки груза на склад. Если при поступлении груза был составлен коммерческий акт, то в акте о недостатке товара указывают дату и его номер. Здесь же должны содержаться сведения о том, какой массой или за чьими пломбами отгружены товары; об общей фактической массе и массе, значащейся по документам; о массе каждого места, в котором обнаружена недостача; каким способом определено количество недостающих товаров; каковы точное количество недостающих товаров и их стоимость. Очень важно дать в акте заключение о причинах и месте образования недостачи.

Если в процессе приемки товаров выявлены излишки, то в акте следует отразить точные данные о них. Акт о приемке товаров по количеству должен быть подписан всеми лицами, принимавшими в ней участие, и утвержден руководителем предприятия-получателя не позднее чем на следующий день после его составления.

К акту о недостатке или излишках товаров должны быть приложены копии сопроводительных документов, упаковочные ярлыки, этикетки и пломбы тарных мест, в которых установлена недостача, удостоверение представителя, выделенного для участия в приемке, односторонний и коммерческий акты, а также другие документы, которые могут свидетельствовать о недостатке.

**Приемка товаров по качеству** является важнейшей операцией технологического процесса складской переработки грузов. Она проводится с целью выявления качества и комплектности поступивших на склад товаров, а также

соответствия их требованиям государственных стандартов, технических условий, утвержденным образцам (эталонам).

Сроки приемки товаров по качеству могут быть предусмотрены договорами поставки, ГОСТами или техническими условиями. Во всех остальных случаях приемка товаров по качеству и комплектности проводится в следующие сроки:

- при иногородней поставке — не позднее 20 дней, а по скоропортящейся продукции — 24 ч после поступления товаров на склад;
- при одногородней поставке — не позднее 10 дней, а по скоропортящейся продукции — 24 ч после поступления товаров на склад.

Сроки приемки товаров по качеству удлинены для районов Крайнего Севера и других районов досрочного завоза до 48 ч по скоропортящимся товарам и до 40 дней по нескоропортящимся продовольственным товарам. Непродовольственные товары должны быть приняты по качеству не позднее 60 дней с момента их поступления на склад. Одновременно с товаром осуществляется приемка тары.

Приемка товаров по качеству проводится материально ответственными лицами с участием товароведов. На складах должны быть созданы необходимые условия для квалифицированной приемки товаров. С этой целью соответствующим образом оснащаются рабочие места товароведов-бракеров. Здесь должны быть в наличии необходимые ГОСТы, технические условия, образцы (эталоны) и т. п. Обычно производится сплошная проверка качества и комплектности товаров. Выборочная проверка допускается лишь в тех случаях, когда это оговорено в договоре, предусмотрено государственными стандартами или техническими условиями.

Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары. Товары, не отвечающие установленным требованиям или кондициям, должны быть перемещены в экспедицию или карантинную камеру на временное ответственное хранение, а поставщик в течение 10 дней должен распорядиться этими товарами.

В случае обнаружения несоответствия качества, комплектности, маркировки товаров, тары или упаковки уста-

новленным требованиям составляется акт, приемка товаров приостанавливается. Для участия в дальнейшей приемке вызывается представитель поставщика, о чем ему должно быть направлено уведомление (по телеграфу или телефону) не позднее 24 ч, а по скоропортящимся товарам — сразу же после обнаружения несоответствия качества товаров установленным требованиям.

Представитель иногороднего отправителя (изготовителя) должен явиться для участия в окончательной приемке товаров не позднее чем в трехдневный срок после получения вызова. При этом время, необходимое для проезда, в этот срок не включается.

Представитель одногородного поставщика обязан явиться не позднее чем на следующий день (по скоропортящимся товарам — не позднее 4 ч) после получения вызова.

Если представитель поставщика не явился в установленный срок или если его вызов был не обязателен, проверка качества товаров может производиться с участием представителя общественности предприятия-получателя.

С согласия поставщика приемка товаров по качеству может быть произведена получателем в одностороннем порядке.

Документом, подтверждающим недоброкачественность, некомплектность товара, отсутствие надлежащей маркировки, а также недоброкачественность тары и упаковки, является акт, который должен быть составлен в день окончания приемки, но не позднее установленных сроков. Акт составляется по той же форме, что и при установлении недостатка товаров. В нем приводятся точные сведения об обнаруженных недостатках, дается их характеристика, перечисляются основания, по которым товары переведены в более низкий сорт. Здесь же должно быть заключение о причинах утраты качества товаров.

Надлежаще оформленный акт с приложенными к нему соответствующими документами утверждается руководителем предприятия в трехдневный срок с момента его составления.

Акты об установлении расхождения в количестве или качестве поступивших товаров служат основанием для предъявления претензии поставщику.



В претензии указывается наименование оптового предприятия, предъявившего претензию, а также наименование предприятия, к которому предъявляется претензия, их адреса, номер претензии, дата предъявления. В ней должны быть сформулированы обстоятельства, послужившие основанием для предъявления претензии, доказательства, подтверждающие изложенные в претензии обстоятельства, а также сумма требований заявителя и расчет этих требований.

Претензия должна содержать ссылки на нормативные акты, договор или иные правоустанавливающие документы, а также почтовые, платежные реквизиты заявителя претензии.

К претензии прилагаются:

- акт о недостатке или недоброкачественности товаров;
- счет-фактура;
- транспортный документ;
- акт отбора проб;
- договор, на основании которого производилась поставка товаров;
- другие документы, удостоверяющие недостачу, порчу и некомплектность товара.

Претензия должна быть подписана руководителем или заместителем руководителя оптового предприятия.

Ответ на претензию дается в письменной форме и подписывается руководителем или заместителем руководителя предприятия, к которому она предъявлена.

В ответе на претензию должны быть указаны:

- при полном или частичном удовлетворении претензии — признанная сумма, номер и дата платежного поручения на перечисление этой суммы или срок и способ удовлетворения претензии, если она не подлежит денежной оценке;
- при полном или частичном отказе в удовлетворении претензии — мотивы отказа со ссылкой на соответствующее законодательство и доказательства, обосновывающие отказ;
- перечень прилагаемых к ответу на претензию документов, других доказательств.

При удовлетворении претензии, подлежащей денежной оценке, к ответу на претензию прилагается поручение банку

на перечисление денежных средств с отметкой об исполнении (принятии к исполнению).

При полном или частичном отказе в удовлетворении претензии заявителю должны быть возвращены подлинные документы, которые были приложены к претензии, а также направлены документы, обосновывающие отказ, если их нет у заявителя претензии.

Ответ на претензию отправляется заказным или ценным письмом, по телеграфу, телетайпу, а также с использованием иных средств связи, обеспечивающих фиксирование отправления ответа на претензию, либо вручается под расписку.

В случае полного или частичного отказа в удовлетворении претензии или неполучения в срок ответа на претензию заявитель вправе предъявить иск в арбитражный суд. Он предъявляется в виде искового заявления.

Исковое заявление — это требование к компетентному органу о защите нарушенного права организации, предприятия, учреждения. Оно подлежит оплате государственной пошлиной. Направляется в арбитражный суд области, края, республики по месту нахождения ответчика. Отправляют его заказной корреспонденцией или передают непосредственно в канцелярию суда.

В исковом заявлении указываются дата и номер заявления, наименования и адреса заявителя, ответчика и арбитражного суда. В нем должны быть сформулированы обстоятельства, послужившие основанием для предъявления искового заявления, а также доказательства, подтверждающие эти обстоятельства. Должна быть приведена сумма неустойки или стоимости недостающей продукции (товара).

К исковому заявлению должны быть приложены:

- копия претензии и доказательство отсылки ее ответчику;
- копия ответа на претензию (если имеется);
- копия договора;
- выписка из спецификации;
- расчет неустойки или суммы претензии;
- акт приемки продукции;
- другие документы, обосновывающие исковые требования.

Исковое заявление должно быть подписано руководителем предприятия или его заместителем.

### **§ 5.3. Технология размещения, укладки и хранения товаров**

Принятые по количеству и качеству товары укладывают в тару, пакетируют и перемещают в зону хранения. Здесь их укладывают на стеллажи или в штабеля.

Для предотвращения порчи и обеспечения полной сохранности товаров на складе должны быть созданы соответствующие условия их хранения. При этом существенное значение имеют разработка рациональной схемы размещения товаров и выбор оптимальных способов их укладки, создание необходимых режимов хранения товаров, организация повседневного наблюдения и ухода за ними.

Большое значение для осуществления оперативного контроля и ухода за товарами, быстрой их отборки и отпуска имеют *разработка и соблюдение рациональной схемы размещения товаров*, которая предусматривает закрепление за товарами определенных групп, подгрупп и наименований постоянных мест хранения (секций, участков, стеллажей и т. д.). При разработке таких схем необходимо учитывать объем и порядок поступления товаров на склад, условия их реализации, правильное товарное соседство и возможность повседневного наблюдения за их сохранностью.

Товары, которые длительное время хранятся на складе, относительно редко поступают на склад, размещают дальше от входов и выходов, а товары с высокой оборачиваемостью, крупногабаритные, с большим объемом поступления и отпуска размещают ближе к выходу и зоне комплектования заказов.

Каждому месту хранения присваивается индекс или код, обозначающий номер стеллажа (штабеля), номер секции и номер яруса.

Номера стеллажей, секций и ярусов наносятся на конструкции стеллажей яркой краской. Кодирование мест хранения существенно упрощает технологию отборки товаров.

Схемы размещения стеллажей (штабелей) с указанием индексов вывешиваются на складах и в зале товарных образцов.

Вместе с тем снижение объема товарных запасов на специализированных участках хранения приводит к нерациональному использованию определенных складских площадей. Поэтому в отдельных случаях может иметь место свободный выбор места хранения товаров, что позволит более эффективно маневрировать складской площадью.

На хранение товары укладывают различными способами. Их выбор зависит от формы товара и тары, массы каждого тарного места, физических свойств товаров и других факторов. Предпочтение отдается такому способу укладки, при котором не допускается повреждение товара и тары, рационально используются складские помещения и оборудование, создаются удобства для контроля за состоянием товарных запасов.

Различают следующие способы хранения товаров:

- штабельное;
- стеллажное;
- в подвешенном виде;
- навалом.

**Штабельное хранение** применяют для различных продовольственных и непродовольственных товаров, затаренных в мешки, кипы, кули, ящики, бочки, а также товаров на поддонах и в малогабаритных контейнерах.

При формировании штабеля необходимо следить за тем, чтобы он был устойчивым, соответствовал определенным нормам по высоте и обеспечивал свободный доступ к товарам. Высота штабеля зависит от свойств товара и его упаковки, применяемых средств механизации, предельной нагрузки на 1 м<sup>2</sup> пола, высоты складских помещений.

Определяется допустимая высота штабеля отношением максимальной высоты штабеля к меньшей стороне основания тары: для неразборной тары эта величина должна быть не более 6, для складной — не более 4,5.

При ручной укладке затаренных грузов в ящиках массой до 50 кг, в мешках до 70 кг, в бочках с экстрактами и сы-

пучими материалами высота штабеля не должна превышать 2 м, в бочках с жировыми товарами — 1,5 м. При механизированной укладке высота штабеля из грузов в ящиках должна быть не более 3,6 м, в мешках — 3,8 м, в бочках с экстрактами — 2,5 м, в бочках с сыпучими материалами — 3 м.

Различают три способа штабельной укладки товаров: прямую укладку, в перекрестную клетку, в обратную клетку.

*При прямой укладке* расположение каждого верхнего затаренного места совпадает с расположением каждого места в нижнем ряду. Такой способ применяется при штабелировании товаров, затаренных в ящики.

Для повышения устойчивости штабеля может применяться *прямая пирамидальная кладка*, при которой в каждом верхнем ряду число затаренных мест сокращается на единицу и каждое место, расположенное в верхнем ряду, опирается на два нижних. Этот способ укладки удобен при штабелировании бочек.

*В перекрестную клетку* осуществляется укладка товаров, затаренных в ящики различных размеров. При этом ящики верхнего ряда укладываются поперек ящиков нижнего ряда.

Товары, затаренные в мешки, укладывают, как правило, *в обратную клетку*, т. е. каждый следующий ряд мешков размещают на предыдущий в обратном порядке.

При ручной укладке мешков в штабель может быть уложено не более 8 рядов, при механизированной — не более 12. Для устойчивости штабеля через каждые 5 рядов мешков должны быть проложены доски. При укладке грузов в бумажных мешках доски необходимо прокладывать между каждым рядом.

При складировании ящиков с плодами на поддонах длина штабеля должна быть не более 10 м, высота — не более 4 м. Штабель из ящиков с овощами и фруктами при ручной укладке не должен превышать 1,5 м в высоту.

Бочки должны быть уложены в штабеля в горизонтальном положении (лежа) не более чем в 3 ряда в виде усеченной пирамиды с прокладкой досок между каждым рядом и подклиниванием всех крайних рядов. При установке бочек стоя

допускается укладка их не более чем в 2 ряда в перевязку с прокладкой равных по толщине досок между рядами.

При укладке товаров в штабеля необходимо следить за тем, чтобы в складском помещении обеспечивалась нормальная циркуляция воздуха и выполнялись санитарные требования. С этой целью штабеля должны размещаться не ближе чем 0,5 м от внешней стены и 1,5 м от отопительных приборов. Между штабелями должны быть проходы шириной не менее 1 м и проезды, ширина которых определяется габаритами транспортных средств, транспортируемых грузов и погрузочно-разгрузочных механизмов.

Товары, доставленные в места хранения не на поддонах, укладывают в штабеля на подтоварники, что обеспечивает нормальную циркуляцию воздуха.

Более эффективным является штабельное хранение товаров, уложенных на различные виды поддонов, что позволяет не только рациональнее использовать складские помещения, но и широко применять для внутрискладской переработки грузов средства механизации погрузочно-разгрузочных работ.

Широкое распространение получил **стеллажный способ укладки товаров** на хранение. При этом способе распакованные товары, а также товары во внешней таре различными способами (рядами, десятками и т. д.) размещают на полках стеллажей.

Наиболее эффективно стеллажное хранение товаров, уложенных на поддоны. Оно обеспечивает широкое применение подъемно-транспортных механизмов, создает хорошие условия для повседневного оперативного учета товаров.

Стеллажное хранение товаров позволяет более рационально использовать емкость склада, так как при помощи вилочных погрузчиков или кранов-штабелеров товары можно укладывать на полках, расположенных на максимальной высоте.

Укладка товаров на стеллажи осуществляется по вертикали, что позволяет рационализировать процесс их отборки. На нижних полках размещают товары, отпускаемые небольшими партиями, отборка которых осуществляется вруч-

ную, на верхних — товары, отпускаемые партиями не менее одного поддона.

При укладке товаров на хранение необходимо придерживаться следующих основных требований:

- однородные товары должны быть уложены в стеллажи по обе стороны одного прохода;
- при укладке товаров вручную их следует размещать в ячейках стеллажей по вертикали, с тем чтобы они находились в одной или в нескольких рядом расположенных секциях;
- на верхних ярусах стеллажей должны размещаться товары длительного хранения, а также товары, отпускаемые со склада крупными партиями;
- тарные места должны укладываться (при любом способе хранения) маркировкой наружу.

Для хранения верхней одежды **в подвешенном виде** используют механизированные вешала. Для перевозки и хранения одежды все более широкое применение находят передвижные вешала. Это позволяет повысить производительность труда складских работников. Хранимые и перевозимые в них изделия лучше сохраняют товарный вид.

**Навалом** хранят картофель, овощи, соль и другие насыпные грузы.

Для хранения керосина, бензина, олифы, растительного масла используются цистерны, баки и бочки.

За товарами, хранящимися на складах, должны быть обеспечены постоянное наблюдение и уход. Необходимо регулярно проверять состояние товаров, обращая при этом внимание на появление признаков порчи, следов грызунов и насекомых. Товары, уложенные в штабеля, должны периодически перекладываться: верхние — вниз, нижние — вверх. Сыпучие товары следует перелопачивать. Изделия из шерсти, меха необходимо предохранять от повреждения молью, отсыревшие товары следует просушивать и проветривать.

На складе должен быть налажен постоянный контроль за поддержанием оптимальной температуры и влажности воздуха. Нельзя допускать их резких перепадов. Контроль за температурой воздуха осуществляют при помощи термометров или универсальных блочных систем дистанционного

контроля, представляющих переносные приборы, при помощи которых в течение 3–4 мин можно определить температуру в 12 точках хранилища.

Для измерения влажности воздуха на складах применяется психрометрический метод, с помощью которого определяется относительная влажность воздуха. Она рассчитывается как процентное отношение абсолютной влажности к максимальной. При этом под абсолютной влажностью следует понимать количество граммов водяных паров, содержащихся в 1 м<sup>3</sup> воздуха, а под максимальной — количество граммов водяных паров, которые могут насытить 1 м<sup>3</sup> воздуха при данной температуре.

Регулирование температуры и относительной влажности воздуха проводится при помощи отопления и вентиляции. Для понижения относительной влажности можно также использовать влагопоглощающие вещества.

Работники складов должны обеспечивать поддержание оптимальных режимов хранения (табл. 5.1).

Таблица 5.1

### Оптимальные режимы хранения товаров на складах

Наименование товаров	Температура воздуха, °С	Относительная влажность воздуха, %
<b>ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ</b>		
Бакалейные товары, кондитерские изделия, сушеные плоды и овощи	Не выше 18	60–70
Мясо и мясопродукты охлажденные	0–2	85
Рыба охлажденная	0–5	95–100
Рыба копченая	0–2	75–80
Плоды и овощи свежие	0–3	80–90
Мясо и мясопродукты мороженые	Не выше –9	90–100
Рыба мороженая	Не выше –18	90–95
Плоды и овощи мороженые	Не выше –18	90–95
<b>НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ</b>		
Ткани, швейные изделия, трикотаж, канцелярские и школьно-письменные товары, книги, фото- и радиотовары,		



Наименование товаров	Температура воздуха, °С	Относительная влажность воздуха, %
игрушки, музыкальные инструменты, металлоизделия	12–18	60–70
Кожаная и текстильная обувь, галантерейные, парфюмерные и косметические изделия, головные уборы	12–16	60–65
Спортивные товары, изделия из пластмасс, мебель, электробытовые товары	9–15	55–60

С целью поддержания на складе необходимого санитарно-гигиенического режима следует регулярно производить тщательную уборку помещения, а также его дезодорацию, дератизацию, дезинсекцию и дезинфекцию.

В процессе хранения товаров на складе, подготовки их к отпуску и выполнения других складских операций возникают **товарные потери**. При этом следует различать допустимые товарные потери (естественную убыль) и недопустимые.

Под *естественной убылью* товарно-материальных ценностей следует понимать потерю (уменьшение массы товара при сохранении его качества в пределах требований (норм), устанавливаемых нормативными правовыми актами), являющуюся следствием естественного изменения биологических и (или) физико-химических свойств товаров.

Естественная убыль продовольственных товаров возникает вследствие:

- усушки и выветривания;
- распыла;
- раскрошки, образующейся при продаже товаров, за исключением карамели обсыпной и сахара-рафинада;
- утечки (в результате таяния, просачивания);
- разлива при перекачке и продаже жидких товаров;
- расхода веществ на дыхание (мука, крупа).

Для многих продовольственных товаров утверждены нормы естественной убыли. Они установлены на стандартные товары, реализуемые взвес (в процентах к их рознич-

ному обороту), с учетом технологических условий их хранения, климатического и сезонного факторов, влияющих на естественную убыль.

С помощью норм естественной убыли происходит возмещение потерь, образующихся при хранении товаров.

Списание товаров в пределах норм естественной убыли производится только в тех случаях, когда при проверке фактического наличия товаров (инвентаризации) обнаружена недостача по сравнению с данными учета. Нормы естественной убыли применяются лишь к товарам, проданным за отчетный период, независимо от срока их хранения.

Фактические размеры естественной убыли определяются после инвентаризации на основе соответствующего расчета. Расчет составляется бухгалтерией при участии материально ответственного лица.

К *недопустимым* относят потери, возникшие в результате порчи, боя, лома товаров или неудовлетворительных условий их хранения. Их оформляют специальным актом, в котором указывают наименование, артикул, сорт, цену, количество и стоимость товаров, причину и виновников потерь. Кроме того, в акте делается запись о возможности дальнейшего использования товаров (например, продажи по сниженным ценам) либо об их уничтожении или вывозе на свалку.

Акт составляется в трех экземплярах и подписывается членами комиссии, в которую в определенных случаях должен быть включен представитель санитарного надзора. После этого акт утверждается руководителем торгового предприятия, который принимает решение о списании потерь товаров.

Как правило, такие потери взыскиваются с виновных лиц, а в исключительных случаях, когда виновных нельзя установить, списываются за счет предприятия.

Если дальнейшее использование товаров связано со сдачей их в утиль, на переработку или на откормочные предприятия, то она оформляется товарно-транспортной накладной.

Товары, пришедшие в полную негодность, должны быть уничтожены в присутствии комиссии, составившей акт, или вывезены на свалку по накладной. Это необходимо во избе-

жание повторного представления товаров для активирования и списания.

На складах, где рационально осуществляются операции по приемке, хранению и отпуску товаров, их потери сведены до минимума.

## **§ 5.4. Организация и технология отпуска товаров со склада**

Заключительную часть складского технологического процесса составляют операции по отпуску товаров со склада. К ним относят:

- оформление продажи товаров оптовым покупателям;
- отборку товаров с мест хранения;
- перемещение товаров в зону комплектования заказов покупателей;
- комплектование заказов и упаковку (укладку в тару-оборудование);
- помаршрутное комплектование партий товаров;
- перемещение укомплектованных партий товаров в зону погрузки;
- погрузку автотранспорта, автомобильных и железнодорожных контейнеров, вагонов.

Оформление продажи товаров оптовым покупателям производится в зале товарных образцов.

Основанием для отборки товаров с мест хранения служат отборочный лист или счет-фактура, которые должны быть оформлены таким образом, чтобы последовательность записи в них товаров соответствовала порядку размещения их в секциях стеллажей, в штабелях или на вешалах. Такой порядок оформления отборочного листа (счета-фактуры) значительно облегчает отборку товаров работниками склада.

Различают механизированную и ручную отборку товаров с мест хранения.

*Механизированная* отборка применяется в основном на крупных складах. При этом груз, спакетированный на поддоне, снимается с помощью механизма с места укладки и в виде

целой транспортной единицы перемещается в зону комплектования заказов.

При отборке ящиков и кип, уложенных в штабеля, необходимо убедиться, что лежащий рядом груз занимает устойчивое положение и не может упасть.

*Ручная* отборка осуществляется при отпуске небольшого количества товаров, мелкоштучных товаров сложного ассортимента, хранимых на стеллажах.

Существуют два метода отборки товаров: *индивидуальный* (для одного покупателя) и *комплексный* (для группы покупателей).

Комплексная отборка предусматривает отбор товаров с мест хранения одновременно для нескольких покупателей по сводному отборочному листу, что позволяет рациональнее организовать документооборот, более эффективно использовать технику, повысить производительность труда работников склада.

Отобранные товары доставляются в зону комплектования заказов покупателей, где проверяется правильность отборки товаров в соответствии с заказами покупателей. Затем товары укладывают в инвентарную тару. В качестве инвентарной тары используются специальные разборные ящики, брезентовые мешки и т. д. В последнее время широкое распространение получили контейнеры на роликах грузоподъемностью 0,5 и 1,25 т. Контейнеры приспособлены для захвата их виловыми погрузчиками. Их погрузка и выгрузка может производиться бортподъемником грузовой автомашины.

Контейнеры можно использовать для укладки и транспортировки различных видов товаров, а также для выкладки и продажи товаров в торговом зале магазина.

В каждую единицу тары вкладывают упаковочный лист, наличие которого повышает ответственность работников склада за правильность комплектования партии и ускоряет процесс приемки товаров в магазинах.

Загруженную инвентарную тару пломбируют и перемещают в экспедицию, где осуществляется помаршрутное комплектование партий товаров в соответствии с размещением конкретных покупателей. При формировании помаршрутных

отправок учитывается грузоподъемность используемых автотранспортных средств.

Для учета сформированных партий товаров в экспедиции имеется специальный журнал, в котором указываются наименование покупателя, номер, дата оформления и сумма счета-фактуры, количество мест, подлежащих отправке, номера тары. Заведующий экспедицией расписывается в приеме товара к отправке. После возврата счета-фактуры с распиской получателя товара в журнале делается соответствующая отметка.

Экспедиция заказывает автотранспорт и организует отправку товаров покупателю.

Подготовленный к отправке груз доставляется в зону погрузки. В кузове автомобиля груз размещают с учетом эффективного использования его объема, а также с учетом расположения магазинов и других пунктов продажи товаров на маршруте.

Водитель, получивший товар для доставки, расписывается в журнале, в котором указывается номер путевого листа. Выезд загруженного автомобиля с территории оптового предприятия разрешается только при наличии соответствующего пропуска.

Доставив товар на место назначения, водитель сдает его работнику магазина, предварительно проверив у него наличие доверенности на получение товара.

Работник магазина, принимающий товар, проверяет количество доставленных мест, исправность тары и пломб, соответствие номеров тары записям в счете-фактуре и расписывается в получении товара на всех его экземплярах, на которых он также указывает номер и дату своей доверенности и ставит штамп магазина. Один экземпляр счета-фактуры остается в магазине, два других — возвращают на оптовое предприятие.

## **§ 5.5. Техничко-экономические показатели работы складов**

Для оценки эффективности использования складов применяется система технико-экономических показателей.

Одним из важнейших показателей, характеризующих работу склада, является *оптово-складской товарооборот*, который отражает не только общий объем реализации товаров со склада, но и продажу их по отдельным товарным группам.

Вторым важным показателем является *грузооборот склада*, который выражается количеством переработанных тонн (кубических метров и т. д.) груза по отпуску товаров.

Годовой грузооборот склада в тоннах рассчитывается по формуле

$$\Gamma_r = \frac{T_{oc}}{C_t},$$

где  $\Gamma_r$  — годовой грузооборот, т;

$T_{oc}$  — годовой оптово-складской товарооборот, руб.;

$C_t$  — средняя стоимость 1 т груза, руб.

Этот показатель служит исходным показателем для расчета себестоимости переработки 1 т груза, для определения производительности труда складских работников.

*Себестоимость складской переработки 1 т груза* можно определить по формуле

$$C_1 = \frac{P_3}{\Gamma_r},$$

где  $C_1$  — себестоимость переработки 1 т груза, руб.;

$P_3$  — эксплуатационные расходы, связанные с переработкой грузов, руб.;

$\Gamma_r$  — годовой грузооборот, т.

При этом эксплуатационные расходы включают затраты на заработную плату работников склада, электроэнергию или топливо, различные вспомогательные материалы, амортизацию и ремонт складских помещений и оборудования, а также расходы, связанные с хранением товаров.

*Производительность труда складских работников* определяется количеством тонн груза или размером оптово-складского товарооборота, приходящегося на одного работника за какой-либо период времени (год, месяц, смену и т. д.).

Определить *эффективность использования складской площади* можно при помощи расчета оптово-складского товарооборота на 1 м<sup>2</sup> и коэффициента использования полезной площади склада. Последний определяется по формуле

$$K = \frac{S_{\text{гр}}}{S_{\text{скл}}},$$

где  $K$  — коэффициент использования складской площади;

$S_{\text{гр}}$  — грузовая (для хранения товаров) площадь склада, м<sup>2</sup>;

$S_{\text{общ}}$  — площадь складских помещений, м<sup>2</sup>.

В зависимости от типа складского помещения, его планировки и других факторов этот показатель может иметь значения от 0,25 до 0,6. Чем выше коэффициент, тем эффективнее используется складская площадь.

*Эффективность использования емкости склада* можно определить путем расчета коэффициента использования складского объема. Он определяется как отношение грузового объема склада (стеллажей и штабелей с товарами) к общему складскому объему. В зависимости от способа хранения товаров и характера груза этот показатель может иметь значения от 0,3 до 0,5.

Определить *эффективность использования средств, затраченных на строительство склада*, можно путем расчета показателей удельных капиталовложений на единицу складской площади, единицу объема, единицу грузооборота и оптово-складского товарооборота. Они рассчитываются как отношение общей суммы капиталовложений на строительство и оснащение склада соответственно к складской площади, емкости склада, объему грузооборота и товарооборота.

*Срок окупаемости склада* определяется как отношение суммы единовременных капиталовложений к годовой сумме прибыли.

Для определения *уровня механизации складских работ* можно использовать формулу

$$Y_{\text{м}} = \frac{Q_{\text{м}}}{Q_{\text{общ}}} \cdot 100,$$

где  $Y_{\text{м}}$  — уровень механизации складских работ, %;

$Q_{\text{м}}$  — объем механизированных работ, т;

$Q_{\text{общ}}$  — общий объем работ, т.

Применение перечисленных технико-экономических показателей позволяет судить о рациональности использования складского хозяйства и дает возможность выявлять резервы повышения качества и эффективности работы складов.



## **Глава 6. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА НА СКЛАДАХ**

---

### **§ 6.1. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе**

*Управление складским процессом предусматривает целенаправленное воздействие на него, обеспечивающее рациональное выполнение всех операций по приемке, хранению и отпуску товаров.*

Управление торгово-технологическими процессами на оптовых предприятиях должно быть подчинено:

- обеспечению высокого уровня коммерческой работы;
- ускорению продвижения товаров от производства до потребителей и оборачиваемости товарных запасов;
- обеспечению сохранности количества и качества товаров на складах и в процессе товародвижения;
- внедрению рациональных организационных и технологических систем товароснабжения розничных торговых предприятий;
- обеспечению роста производительности труда работников оптовых предприятий и повышению качества их труда.

В качестве средств управления складским технологическим процессом могут быть использованы электронная вычислительная техника, диспетчерская служба, технологические карты, графики, оперативные планы работы складов и др.

*С помощью электронно-вычислительной техники можно механизировать и автоматизировать складские техноло-*

гические процессы, в том числе организацию погрузочно-разгрузочных работ, приемку товаров, оптимальное размещение товаров на складах, формирование заказов на отборку товаров, а также управление самой отборкой и другими операциями, включая товароснабжение.

Важную роль в обеспечении четкой работы складов играет *диспетчеризация завоза и отпуска товаров*. Диспетчерские службы оптовых торговых предприятий обеспечивают централизованное оперативное регулирование и контроль за работой складов. Они позволяют следить за состоянием товарных запасов и своевременно принимать необходимые меры по их регулированию. Наличие таких служб способствует ускорению погрузочно-разгрузочных работ, оформлению приемных и отпускных документов, более четкой отправке товаров покупателям.

В организации работы диспетчерских служб должны использоваться компьютерная техника, современные средства передачи документации.

*Технологические карты* представляют собой детальные разработки последовательности выполнения складских операций. Они могут быть составлены на весь процесс складской переработки грузов или на отдельные его этапы (например, поступление товаров, отправка товаров и т. д.). Технологические карты составляют также применительно к организации труда отдельных категорий складских работников (например, водителей подъемно-транспортных машин, отборщиков, комплектовщиков и др.). Применение технологических карт позволяет более целесообразно использовать средства труда, предметы труда и рабочую силу, исключить ошибки при выполнении соответствующих операций.

Основой для разработки технологических карт служат исходные обстоятельства, с учетом которых определяются содержание работы (перечень выполняемых операций), исполнители, а также перечень документов, составляемых по ходу технологического процесса. Кроме того, в технологической карте может быть предусмотрен раздел “Что запрещается или не допускается”, с тем чтобы предостеречь исполнителей от возможных ошибок при выполнении складских операций.

При определении содержания работы по тому или иному исходному обстоятельству руководствуются соответствующими нормативными документами, инструкциями и т. п. В соответствии с требованиями этих же документов разрабатывается и такой важный раздел технологической карты, как “Какие документы оформляются”.

*Технологические графики* предусматривают выполнение складских операций во времени (в течение смены, суток и т. д.). Это могут быть графики работы погрузочно-разгрузочных механизмов, графики прибытия покупателей на склад или в зал товарных образцов для отборки товаров, графики работы экспедиционного склада и т. д.

*Сетевое планирование* применяют на крупных современных складах. Оно включает в себя разработку сетевых моделей и графиков. При этом *сетевая модель* склада представляет собой графическое изображение складских операций, последовательно отображающих чередование цепи работ и операций складского технологического процесса. *Сетевой график склада* — сетевая модель с рассчитанными параметрами, сроками исполнения складских работ.

Использование технологических карт, графиков, сетевых моделей способствует более четкой организации складского технологического процесса, эффективному использованию трудовых и материальных ресурсов.

*Главной целью управления торгово-технологическими процессами на предприятиях оптовой торговли выступает обеспечение планомерного и бесперебойного товароснабжения розничных торговых предприятий.* Оно включает управление товарными запасами, ассортиментом товаров, их хранением, погрузочно-разгрузочными и транспортными операциями, товарными потоками на складах.

***Управление товарными запасами*** предусматривает их нормирование, оперативный учет и контроль и регулирование.

*Нормирование товарных запасов* позволяет разработать и установить их оптимальные нормативы. Установленные для оптовых торговых предприятий нормативы товарных запасов должны обеспечивать поддержание их в экономически обоснованных размерах, с тем чтобы обеспечить бесперебойное

и ритмичное товароснабжение розничных торговых предприятий. Нормативы устанавливаются отдельно для товарных запасов текущего хранения, сезонного накопления и досрочного завоза по товарным группам в сумме и днях к складскому товарообороту.

*Оперативный учет и контроль за состоянием товарных запасов* ведется на основании действующих форм учета и отчетности. Для этой цели торговый отдел предприятия использует карточки количественно-стоимостного учета, статистические отчеты о товарообороте и товарных запасах. В них отражаются остатки товаров на начало месяца, а также данные об их поступлении на склад и продаже оптовым покупателям. Фактические остатки товаров сопоставляют с нормативами и при выявлении отклонений устанавливают причины, вызвавшие эти отклонения.

*Регулирование товарных запасов* заключается в поддержании их на определенном уровне, в маневрировании ими. Оно предполагает принятие торговыми работниками различных коммерческих решений с целью нормализации товарных запасов.

В управлении товарными запасами на оптовых торговых предприятиях все более широко применяются электронно-вычислительная техника. На ряде крупных оптовых предприятий созданы автоматизированные системы управления товарными запасами. Внедрение таких систем позволяет сократить трудовые затраты, выявить новую, более качественную, управленческую информацию и ускорить ее обработку, а также значительно повысить уровень управления товарными ресурсами.

*Управление ассортиментом товаров* на оптовых предприятиях осуществляет коммерческая служба. Оно направлено на поддержание на складах оптимальной номенклатуры товаров, необходимых для бесперебойного снабжения розничной торговой сети.

Важным средством управления ассортиментом товаров на оптовых базах служат *ассортиментные перечни*, включающие минимально необходимое число разновидностей товаров, которые должны постоянно быть в наличии на складе.

Обязательные ассортиментные перечни рекомендуется разрабатывать на год. При необходимости в течение года в них можно вносить соответствующие изменения. В них предусматриваются групповая и внутригрупповая структура, а также основные (артикул, модель и т. д.) и дополнительные (размер, полнота, рост и т. д.) признаки разновидностей товаров. Разработка ассортиментных перечней включает три этапа.

На *первом этапе* определяется перечень ассортиментных позиций. При этом учитываются номенклатура товаров, прошедших через предприятие в отчетном году, и номенклатура товаров, указанных в спецификациях к договорам на поставку товаров в предстоящем году.

На *втором этапе* рассчитывается число разновидностей каждого вида товара по основному признаку для годового ассортимента, т. е. определяется их количество по каждой позиции товаров, поступивших за год.

На *заключительном этапе* определяется количество разновидностей каждого товара для неснижаемого ассортимента, включающего такое их количество, которое постоянно должно быть в запасах.

Оперативный контроль за соответствием ассортимента товаров на складах установленному обязательному ассортиментному перечню осуществляют товароведы.

**Управление хранением товаров** на складах подчинено обеспечению количественной и качественной сохранности товаров, эффективному использованию складских площадей и емкостей. Поэтому при организации хранения товаров на складах учитывают различия в периодах хранения отдельных товаров, их физико-химические свойства и другие факторы. На основании этого разрабатывается такая система размещения товаров, которая позволяла бы быстро отыскать необходимый товар, вести правильный учет их наличия, поступления, расхода и обеспечивала бы сохранность количества и качества товаров.

Важным условием оптимального размещения и укладки товаров на хранение является составление экономически и технически обоснованных *карт (схем) размещения товаров на складах* с закреплением за товарами определенных групп,

подгрупп и наименований постоянных мест хранения. В процессе хранения товаров на складах необходимо поддерживать соответствующие газовый и температурно-влажностный режимы, периодически осматривать товары, следить за очередностью их реализации и т. д.

Разработка карт размещения товаров на складах не только имеет большое значение для управления хранением товаров, но и является одним из важных условий рационального **управления потоками товаров**. Наличие таких карт, а также адресация поступивших товаров позволяют оперативно отобрать нужные товары на складе, определить удобные маршруты, обеспечивающие минимальный грузооборот.

Управление товарными потоками сводится также к регулированию скорости и цикличности движения транспортных средств, разметке размещения стеллажей и штабелей. При этом существенное значение имеет стандартная знаковая система, при помощи которой обозначаются пути движения транспортных средств.

**Управление погрузочно-разгрузочными и транспортными операциями** на складе направлено на сокращение времени выполнения цикла работ, простоя транспортных средств и обеспечение ритмичности складских операций. Оно предусматривает максимальное облегчение труда грузчиков и водителей средств механизации подъемно-транспортных и складских работ. При этом большое значение имеют правильный выбор механизмов и соответствующая подготовка рабочих.

Как уже отмечалось, на современных крупных складах управление погрузочно-разгрузочными и транспортными операциями осуществляют *диспетчерские службы*, в ведении которых находится парк подъемно-транспортных машин. Кроме того, располагая необходимой компьютерной техникой и средствами связи, диспетчерская служба имеет возможность оперативно регулировать операции по погрузке и выгрузке транспортных средств, выбирать наиболее рациональные пути перемещения товаров, а также обеспечивать ритмичность работы всех подразделений оптового торгового предприятия.

Высшей формой организации складского технологического процесса на оптовом предприятии является *автоматизированная система управления складскими операциями*. Она представляет собой комплексную поточную линию внутрискладской переработки грузов. Для создания такой системы необходимы высокий уровень комплексной механизации складских операций и использование электронно-вычислительных машин.

Основой для автоматической укладки и отбора товаров с применением дистанционных систем программного управления служат два способа размещения товаров: в ячейках и на гравитационных стеллажах.

Наиболее эффективны автоматизированные системы на складах с узкой номенклатурой высокооборотимых товаров.

Автоматизированное управление складскими операциями предусматривает управление технологическими процессами переработки грузов из единого центра. Внутрискладское перемещение грузов осуществляется путем использования системы конвейеров и автоматических межстеллажных погрузчиков.

## **§ 6.2. Структура аппарата склада и функции его работников**

Склад является основной составной частью оптового предприятия. *Структура аппарата и численность его работников зависят от вида склада, объема товарооборота, ассортимента товаров, объема и сложности складских операций.*

Склад функционирует под общим руководством коммерческого (торгового) отдела предприятия оптовой торговли.

Возглавляет склад *заведующий*, который несет ответственность за сохранность материальных ценностей, следит за поступлением товаров и состоянием товарных запасов, организацией приемки, хранения и отпуска товаров, правильным размещением товаров и рациональным использованием

складских площадей. Он обязан обеспечить своевременную подготовку товаров к отпуску оптовым покупателям, организовать количественную и качественную приемку товаров, их оприходование, ведение учета движения и остатков товаров. В его обязанности входит также своевременная информация администрации оптового предприятия о товарах, завоз которых следует ускорить. Он должен обеспечить своевременное представление в бухгалтерию отчетов о движении товарно-материальных ценностей.

Заведующий складом имеет право требовать от администрации оптового предприятия оснащения склада соответствующим инвентарем, приборами и инструментами, а также проведения необходимого текущего и капитального ремонта складских помещений, обеспечения склада упаковочными материалами. Его деятельность должна быть направлена на постоянное совершенствование оперативной работы склада, рациональную организацию труда складских работников, прием и отправку оптовым покупателям только доброкачественных товаров, содержание в чистоте складских помещений. Он должен обеспечивать соблюдение правил техники безопасности, надлежащую сторожевую и пожарную охрану материальных ценностей.

При наличии на складах товарных секций их возглавляют заведующие или старшие кладовщики, которые организуют прием и отпуск товаров и их документальное оформление, обеспечивают рациональное размещение товаров на хранение, осуществляют необходимые мероприятия по сохранности материальных ценностей, ведут ежедневный учет движения товаров, следят за чистотой и порядком на складе. В их функции также входит непосредственное руководство работой кладовщиков, отборщиков, упаковщиков, сортировщиков, водителей средств механизации погрузочно-разгрузочных работ, грузчиков и других подсобных рабочих.

*Кладовщики* осуществляют приемку товаров и размещение их на хранение, уход за ними в процессе хранения. Они несут материальную ответственность за сохранность товаров от момента их поступления до момента сдачи в упаковочную или экспедицию.



Отборку товаров, их первичную упаковку во внутреннюю тару и передачу в упаковочную производят *отборщики*. Они же заполняют отборочные фактуры.

*Упаковщики* укладывают товары в тару, затем маркируют грузы и пломбируют тарные места. Они несут ответственность за правильность упаковки, сохранность и наличие товаров в паковочном месте.

*Сортировщики* занимаются распаковкой товаров при их приемке, подсчетом и регистрацией поступивших товаров по количеству и видам. В обязанности сортировщиков входит подборка материалов для составления актов приемки.

*Водители подъёмно-транспортных механизмов и грузчики* выполняют операции по перемещению, переноске и укладке товаров.

В организации и проведении работ по приемке и хранению товаров участвуют *товароведы*. Они следят за поддержанием в складских помещениях необходимых режимов хранения товаров. В их обязанности также входят: постоянный контроль за ассортиментом товаров и принятие мер к его пополнению; изучение спроса покупателей на товары; своевременная подача в торговый отдел оптового предприятия заявок на необходимые товары; анализ данных о движении товарных запасов по отдельным товарным группам и наименованиям и своевременное информирование о его результатах торгового отдела.

На крупных складах оптовых баз или складах, не являющихся структурными подразделениями оптовых баз, могут функционировать экспедиция по отправке товаров покупателям, комната товарных образцов, планово-учетная группа, сторожевая и пожарная охрана.

При наличии экспедиций выделяется особая группа складских работников, которая включает *экспедиторов, весовщиков*. Они организуют транспортно-экспедиционные операции, связанные с доставкой товаров на склады и отправкой их в розничную торговую сеть.

Работники экспедиции несут материальную ответственность за количество и сохранность товаров, переданных в экспедицию.

Наиболее эффективной системой материальной ответственности, обеспечивающей сохранность товарно-материальных ценностей и препятствующей хищениям и потерям товаров, является *бригадная материальная ответственность*.

На складе в состав бригады материально ответственных лиц входят различные категории работников (заведующие секциями, кладовщики, отборщики и т. д.). Такая система материальной ответственности вводится при согласии работников склада. В этом случае бригада заключает договор, который подписывается всеми ее членами и руководителем предприятия, и принимает на себя ответственность за все сданные ей под отчет ценности. При частичном изменении состава бригады вследствие выбытия отдельных членов или принятия в ее состав других работников заключение нового договора не требуется. Однако новый член бригады должен дать подписку о материальной ответственности, предусмотренной договором. В случае смены бригадира заключается новый договор.

В целях обеспечения противопожарной безопасности на складах создаются специальные пожарные команды.

### **§ 6.3. Организация труда складских работников**

Постоянное расширение масштабов деятельности оптовой торговли, развитие складского хозяйства, повышение его технической оснащенности, внедрение современной прогрессивной технологии — все это вызывает усложнение трудового процесса, меняет характер труда. Происходит дальнейшее разделение труда, изменяются требования к уровню квалификации складских работников, организации и оснащению их рабочих мест. В связи с этим все большее значение приобретает рациональная организация труда, которая, опираясь на достижения науки и передовой опыт, обеспечивает наиболее эффективное использование материальных и трудовых ресурсов, непрерывное повышение производительности труда, способствует сохранению здоровья человека.

Под рациональной организацией труда складских работников следует понимать планомерное осуществление комплекса организационных, технологических, психологических, эстетических и санитарно-гигиенических мероприятий по совершенствованию методов труда и улучшению его условий, основанных на достижениях науки, техники и передового опыта и обеспечивающих наиболее целесообразное использование рабочего времени на совершение складских операций.

Важнейшими направлениями рациональной организации труда на складах оптовых торговых предприятий являются:

- разработка рациональных форм разделения и кооперации труда складских работников;
- организация и обслуживание рабочих мест;
- изучение и распространение передовых приемов и методов труда при выполнении складских операций;
- совершенствование нормирования труда;
- подготовка и повышение квалификации кадров;
- создание благоприятных условий труда;
- охрана труда и техника безопасности.

Работа по этим направлениям должна вестись комплексно, так как только в этом случае можно достичь наибольшего экономического эффекта.

**Разделение труда** предполагает разграничение деятельности работников в процессе совместного труда. На складах такое разграничение позволяет обеспечить правильную расстановку работников в соответствии с их квалификацией, определить требуемую численность отдельных категорий работников, а также установить четкую ответственность каждого исполнителя за порученное дело. Разделение труда предусматривает совместное участие работников в одном или разных, связанных между собой, процессах труда. Оно направлено на обеспечение наибольшей согласованности действий отдельных работников или их групп, выполняющих различные трудовые функции.

Основной задачей разделения труда является равномерная загрузка работников в течение рабочего дня (месяца и т. д.) при нормальной напряженности труда и в соответствии с их квалификацией.

Разделение труда складских работников тесно связано с **кооперацией**, т. е. объединением их трудовой деятельности для осуществления всего складского технологического процесса. Кооперация предусматривает объединение работников в производственные бригады, что способствует повышению их работоспособности, содействует развитию творческой инициативы. Члены бригады несут коллективную ответственность за результаты труда и сохранность материальных ценностей.

Одним из важных направлений организации труда складских работников является **рациональная организация их рабочих мест**.

Оснащение рабочего места необходимым оборудованием, инвентарем и средствами связи, его удобная планировка, хорошая освещенность, создание условий труда, безопасных для здоровья человека, — все это позволяет снизить утомляемость, способствует снижению затрат времени на выполнение складских операций и повышению эффективности труда работников складов.

Рабочие места отдельных работников должны быть взаимосвязаны и обеспечивать рациональное осуществление технологического процесса внутрискладской переработки товаров. Они должны размещаться в строгом соответствии с последовательностью выполнения складских операций.

**Обслуживание рабочих мест** предусматривает обеспечение работников необходимой информацией; четкую организацию хозяйственного обслуживания; своевременный профилактический ремонт оборудования и технических средств. Оно должно основываться на следующих важнейших принципах: плановость, оперативность, комплексность и высокое качество обслуживания.

Для обеспечения рациональной организации труда складских работников большое значение имеют **изучение, обобщение и распространение передовых приемов и методов их труда**. Эта работа проводится в три этапа:

- выбор объекта изучения;
- обобщение и проектирование рациональных методов и приемов труда;
- внедрение и распространение передовых методов труда.

Одним из важных факторов повышения эффективности труда является его **нормирование**. Оно позволяет установить рациональную численность и структуру работников склада в соответствии с режимом его работы, объемом выполняемых операций. Оно также направлено на более эффективное использование оборудования и рабочего времени работников, на повышение их материальной заинтересованности в результатах своего труда.

По методу обоснования нормы труда подразделяются на технически обоснованные и опытно-статистические. Технически обоснованные нормы рассчитывают для конкретных условий склада. Для установления опытно-статистических норм используют отчетные данные о фактических затратах рабочего времени на выполнение отдельных операций.

При техническом нормировании труда используют фототрафию рабочего времени и хронометраж.

*Методом фотографии* наблюдают и замеряют все затраты рабочего времени на протяжении рабочего дня.

*Хронометраж* позволяет изучить затраты рабочего времени на выполнение повторяющихся операций путем измерения их продолжительности и анализа условий выполнения. Использование этих методов изучения рабочего времени работников склада способствует выявлению недостатков в организации их труда и резервов повышения его эффективности.

Нормирование труда на складах выражается в установлении *норм времени, выработки, обслуживания и норм численности работников*.

Первый показатель указывает на количество рабочего времени, которое необходимо затратить на выполнение определенной операции или работы. Его можно определить с помощью следующей формулы:

$$N_o = \sum_{i=1}^m n_i,$$

где  $N_o$  — норма времени на одну операцию, мин;

$m$  — количество элементов операции;

$i$  — индекс элемента операции;

$n_i$  — средняя продолжительность  $i$ -го элемента операции,

мин.

Средняя продолжительность  $i$ -го элемента ( $n_i$ ), в свою очередь, определяется по следующему соотношению:

$$n_i = \frac{\sum_{a=1}^k n_a}{k},$$

где  $n_a$  — продолжительность элемента операции, мин;

$k$  — количество замеров;

$a$  — индекс замера.

Норма выработки определяет количество продукции, которая должна быть переработана за единицу времени. При помощи норм выработки можно рассчитать численность работников, необходимую для выполнения соответствующих складских операций.

Рациональная организация труда предусматривает постоянное **совершенствование работы с кадрами**. В связи с этим необходимо уделять большое внимание повышению квалификации складских работников, правильному подбору и расстановке кадров.

Внедрение рациональной организации труда на складах невозможно без **создания оптимальных условий труда**, способствующих повышению производительности труда работников, сохранению их здоровья и трудоспособности. С этой целью необходимо установление физиологически обоснованных режимов труда и отдыха, а также графиков выхода на работу. Большое значение имеют механизация тяжелых и трудоемких работ, соблюдение норм и правил по охране труда и технике безопасности, постоянное улучшение санитарно-гигиенических и эстетических условий труда.

Улучшению условий труда во многом способствуют **мероприятия по охране труда и технике безопасности**. Все работники склада должны быть обучены безопасным методам работ и правилам электробезопасности. С этой целью проводятся инструктажи и проверка знаний работниками соответствующих правил по технике безопасности.

Ответственность за состояние охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии несут заведующие складами.

## Глава 7. ТАРА И ТАРНЫЕ ОПЕРАЦИИ В ТОРГОВЛЕ

---

### § 7.1. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе

Большинство товаров, выпускаемых промышленностью, транспортируют, хранят и отпускают потребителю в упаковке или таре.

*Упаковка — это средство (или комплекс средств), защищающее товары от повреждений и потерь, а окружающую среду — от загрязнений, а также обеспечивающее процесс обращения товаров.*

Основным элементом упаковки является тара. Она представляет собой изделие для размещения товара. Отдельные виды тары участвуют в процессе обращения не только вместе с товаром, но и без него.

Элемент упаковки, который в комплексе с тарой или без нее выполняет функцию упаковки, называется *вспомогательным упаковочным средством*.

Разнообразие свойств и особенностей товаров, различные условия их транспортирования, хранения и отпуска вызывают необходимость производства тары множества видов: ящики, бочки, барабаны, фляги, канистры, баллоны, банки, бутылки, мешки, пакеты, корзины и т. д.

Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе определяется функциями, которые они выполняют. Эти функции сводятся к следующим:

- предохранение товара от вредного воздействия внешней среды, а внешней среды от вредного воздействия товара;

- защита товара от влияния других товаров;
- обеспечение условий для сохранности количества и качества товаров на всем пути их движения из сферы производства в сферу потребления;
- придание товарам и другим грузам необходимой мобильности и создание условий для механизации трудоемких операций и более эффективного использования складских и торговых площадей;
- создание более благоприятных условий для приемки товаров по количеству и качеству и удобств для количественного их учета;
- выполнение роли носителя коммерческой информации и торговой рекламы;
- использование тары как средства не только для размещения товара, его транспортирования и хранения, но и для выкладки и продажи товаров в торговом зале магазина (тара-оборудование).

Использование современной упаковки и тары, их красочное оформление с необходимой рекламной информационной нагрузкой не только позволяют ускорить процесс продажи товаров, облегчить их потребление, но и оказывают сильное эстетическое воздействие на покупателей. Расфасовка товаров в мелкую, удобную для потребителей тару облегчает и ускоряет процесс продажи, способствуя повышению производительности труда торговых работников, улучшает показатели работы магазинов, повышая культуру торгового обслуживания.

Ассортимент тары, используемой для размещения товаров, постоянно расширяется. Он пополняется новыми видами тары, позволяющими расширить ее функции, а следовательно, сделать ее еще более значимой в торгово-технологическом процессе.

Тара, используемая для упаковки товаров, должна отвечать ряду технических, экономических и эстетических требований.

Технические требования предусматривают, что материал, используемый для производства тары, ее конструкция должны отвечать свойствам помещенных в нее товаров. Она



должна быть прочной и обеспечивать сохранность товаров при перевозке и хранении.

Тара должна быть недорогой в изготовлении, портативной и удобной для транспортирования как с товаром, так и в порожнем виде. Она должна обладать низким коэффициентом собственной массы (отношение массы к объему), иметь привлекательный внешний вид, а ее форма, цветовое решение, тексты и рисунки на ней должны служить воспитанию эстетических вкусов у покупателей.

## **§ 7.2. Некоторые направления развития рынка упаковочных материалов**

В настоящее время практически все пищевые продукты поступают в торговлю в расфасованном виде. Этому способствовало быстрое развитие рынка гибкой полимерной упаковки, бутылок из полиэтилентерефталата, металлической, картонной и другой упаковки.

В общем объеме упаковочных материалов примерно 40% занимают пленки. Их используют для упаковки многих бакалейных товаров, выпеченных мучных изделий и др.

Для упаковки сыпучих продуктов используют чаще всего пленочные материалы на основе двуосноориентированного полипропилена. Они имеют малую плотность и, следовательно, сниженную массу упаковки, высокую прочность, низкую влагопроницаемость, хорошие оптические свойства и высокие эстетические показатели при нанесении многоцветной печати, а также достаточно низкую стоимость. Товары, упакованные в такие пленочные материалы, лучше сохраняют свои свойства в процессе транспортировки и хранения, ускоряется процесс их реализации на предприятиях розничной торговли.

Для упаковки сахара и соли достаточно широко используется полипропилен низкой плотности. Он имеет удовлетворительные физико-химические свойства и хорошо сваривается. Однако сравнительно низкие оптические свойства делают его менее пригодным в качестве упаковочного материала.

Гораздо лучшими барьерными, прочностными и оптическими свойствами обладают многослойные и комбинированные материалы, в которых присутствует слой на основе полиэфира. Для упаковки чипсов, картофельного пюре быстрого приготовления, растворимого кофе, сухого молока используют комбинированные пленки со слоем алюминиевой фольги или с вакуумным напылением алюминия.

Перспективными являются упаковки с дополнительными функциями. Эти типы упаковок получили название smart (англ. — остроумный), или “активные”, так как непосредственно воздействуют на пищевой продукт или процесс его приготовления. Сюда относят герметичные упаковки с модифицированным газовым составом (МГС) и регулируемой газовой средой (РГС), разогреваемые упаковки (для разогрева продуктов в микроволновых печах, а также разогрева с помощью чувствительного элемента), “съедобные” и бактерицидные упаковки (растворяемые в воде и разлагаемые под воздействием микрофлоры желудка), саморазлагающиеся упаковки.

Герметичные упаковки, используемые для МГС и РГС, позволяют значительно удлинить срок хранения и реализации многих продовольственных товаров, условно разделяемых на “дышащие” и “недышащие”. При этом сохраняются их первоначальные органолептические свойства, что является важным фактором для предприятий как оптовой, так и розничной торговли.

Одной из важных экологических проблем является утилизация использованных упаковочных материалов. Особенно это касается упаковок, изготовленных на основе полимерных материалов. В связи с этим очень большое значение имеет создание фото-, био- и водоразлагаемых материалов. Изготовленные на их основе упаковки легко разлагаются под воздействием солнечного света, тепла, воздуха и микроорганизмов почвы до низкомолекулярных веществ (вода, углекислый газ) и ассимилируются почвой, включаясь в замкнутый биологический цикл. Такие материалы достаточно дороги, но весьма эффективны с точки зрения защиты окружающей среды.

Упаковку следует рассматривать как средство индивидуализации продукции. Это важно не только для производи-

теля продукции, который возлагает на упаковку рекламную и защитную функции, но и для покупателя, у которого ассоциируется связь между внешними признаками товара и его качеством. Товар, обладающий запоминающимся внешним видом, всегда займет свою нишу на рынке, быстрее найдет своего покупателя.

В привлечении внимания к товару значительная роль отводится *этикетке*. Это одна из важных функций этикетки, которая должна содержать максимум информации о товаре. Она должна быть красочно оформленной. Обычная этикетка может быть наклеена на плоскую или цилиндрическую поверхность, что сдерживает производство упаковки с поверхностью сложного рельефа. В связи с этим широкие перспективы имеет производство термоусадочных этикеток цилиндрической формы. Изготавливают их из полимерных пленок, способных к усаживанию при определенной температуре. Применяют такие этикетки для художественного оформления разнообразных по форме и размерам изделий. Это позволяет легко решить проблему крепления этикетки, а также значительно расширить ее площадь, увеличить до максимума полезную информацию о товаре, сделать его оформление более привлекательным. Кроме того, такая этикетка обладает высокой износостойкостью, защищает продукцию от подделки, а упаковку — от несанкционированного вскрытия. Нанесение термоусадочной этикетки на стеклянную тару защищает ее от повреждения.

Для упаковки многих жидких товаров широко используются ПЭТ бутылки и алюминиевые банки. Относительно недавно для этих целей стали применять комбинированные банки “ПЭТ–металл”. Корпус комбинированной банки может быть выполнен из прозрачного или цветного полимера, а крышка — из алюминия. Такая банка в два раза дешевле, чем алюминиевая. Поэтому ПЭТ–металл может быть выгодной упаковкой даже для малых производств. При этом могут широко использоваться самоклеящиеся и термоусадочные этикетки.

Постоянное расширение рынка упаковочных материалов, появление новых прогрессивных видов упаковок спо-

способствуют совершенствованию торгово-технологического процесса на всех его стадиях, повышению качества торгового обслуживания.

### **§ 7.3. Классификация и характеристика основных видов тары**

Тара представляет собой обширную номенклатуру изделий, используемых для размещения товаров. Эти изделия существенно отличаются друг от друга, поэтому и классифицируют тару по достаточно широкому кругу признаков, основные из которых следующие:

- функции, выполняемые в процессе товарного обращения;

- назначение;
- принадлежность;
- кратность использования;
- материал изготовления;
- конструкция и метод изготовления;
- устойчивость к внешним механическим воздействиям;
- качество.

**По функциям, выполняемым в процессе товарного обращения**, тару подразделяют на транспортную, цеховую, потребительскую и тару-оборудование.

*Транспортная (внешняя) тара* применяется для транспортирования и хранения товаров. К ней относят ящики, бочки, мешки и т. д.

*Цеховая тара* предназначена для группировки товаров внутри предприятия (лотки и ящики специальной конструкции).

*Потребительская (внутренняя) тара* поступает к потребителю с продукцией и не представляет собой самостоятельной транспортной единицы. Стоимость потребительской тары (пакетов, коробок, туб, банок и т. п.), как правило, включается в стоимость товара. Она должна быть удобной, дешевой, легкой, красочно оформленной. Ее оформление должно нести большую рекламную и информационную нагрузку.

Одной из разновидностей потребительской тары является подарочная тара, художественно-конструкторское исполнение которой должно подчеркивать назначение продукции (товара) как подарка, сувенира.

*Тара-оборудование* — это устройство, предназначенное для транспортирования, временного хранения, выкладки и продажи товаров.

**По назначению** выделяют универсальную и специализированную тару. *Универсальная тара* может быть использована для затаривания различных товаров, *специализированная* — только для определенных товаров.

**В зависимости от принадлежности** следует различать тару общего и индивидуального пользования. *Тара общего пользования* может применяться различными предприятиями и организациями. К *таре индивидуального пользования* относится инвентарная тара, изготавливаемая по специальному заказу для централизованной доставки товаров на розничные торговые предприятия. Она является собственностью предприятий промышленности или оптовых торговых предприятий.

**По кратности использования** тара бывает на многооборотной, возвратной и разового использования.

*Многооборотная тара* предназначена для многократного использования при поставках продукции. Сюда относятся ящики, бочки, фляги, мешки и другая транспортная тара.

К *возвратной таре* относится тара, бывшая в употреблении, которую целесообразно использовать повторно. Она подлежит сдаче поставщику в обязательном порядке.

*Разовая тара* предназначена для однократного использования при поставках продукции. Это коробки из-под конфет, спичек, папирос и другая потребительская, а также транспортная тара, которая после ее использования подлежит утилизации.

**В зависимости от материала изготовления** тару подразделяют на деревянную, картонную, бумажную, текстильную, металлическую, стеклянную, керамическую, полимерную и комбинированную.

*Деревянная тара* широко распространена в обращении. Ее изготавливают из древесины различных пород. К этой группе относят ящики, бочки, барабаны и корзины.

Ящики бывают дощатые, фанерные и комбинированные. Конструктивными элементами ящиков являются: дно, две головки, две боковины и крышка. Для упаковки промышленных и продовольственных товаров используют плотно сколоченные ящики; для овощей, фруктов, винно-водочных изделий — решетчатые. В соответствии со стандартами выпускается несколько видов дощатых и фанерных ящиков для продукции рыбной промышленности, кондитерских изделий, консервов, овощей и фруктов, а также других продовольственных товаров, продукции легкой промышленности и других непродовольственных товаров. Различаются они между собой по размерам, назначению, объему древесины, пошедшей на изготовление деталей ящиков, и по другим признакам. Бывают неразборные, разборные и складные ящики. Вместимость их может составлять до 200 кг продукции.

Деревянные бочки изготавливают из древесины различных пород. Состоят они из клепок, днищ и обручей. Из клепок и днища собирают остов бочки. На конце клепок имеются утолщ (пазы), в которые вставляют дно. Остов бочки с наружной стороны обтянут симметрично расположенными обручами.

Различают бочки заливные и сухотарные. В заливные бочки затаривают рыбу в тузлуке, пиво, вина и другие жидкие продукты, в сухотарные бочки — сухие молочные продукты, яичный порошок, сухую краску, замазку и т. п. В днище заливных бочек имеется отверстие для заливки рассола, тузлука и т. п.

Деревянные бочки выпускают различной вместимости. Например, соки, морсы, коньяки и коньячный спирт, вина затаривают в бочки вместимостью от 50 до 600 л; рыбную и плодоовощную продукцию, топленое масло, маргарин — от 15 до 250 л.

Сыпучие и пастообразные товары затаривают в фанерные барабаны вместимостью от 10 до 100 л.

Для сбора, хранения и транспортирования овощей, фруктов, рыбы и некоторых других продуктов используют прутья и драночные корзины.

Тара может быть изготовлена из шпона с прослойками эластичной резины. Производство тары из такого материала (резофана) позволяет значительно уменьшить ее собственный вес без снижения показателей прочности и влагостойкости, характерных для деревянной тары.

К *картонной таре* относят коробки и ящики. Коробки изготавливают из прессованного картона, ящики — из прессованного и гофрированного. Картонная тара легче деревянной в 2,5–4 раза на единицу затаренной продукции. Для ее изготовления требуется в несколько раз меньше древесной массы. Сырьем для ее изготовления могут служить отходы деловой древесины. Производство картонной тары и процесс ее затаривания легче механизировать. В связи с этим картонная тара все шире применяется для затаривания как промышленных, так и продовольственных товаров.

В зависимости от назначения, конструкции, размеров и некоторых других признаков картонные ящики подразделяются более чем на 10 типов (для кондитерских изделий, для продукции мясной и молочной промышленности и т. д.).

Для затаривания сыпучих товаров используется *бумажная тара*. К ней относятся бумажные мешки и пакеты. Мешки подразделяют на битумированные (крафт-мешки), дублированные и влагопрочные. Битумированные мешки пропитывают специальными растворами. По способу изготовления их подразделяют на склеенные и сшитые, с открытой и закрытой горловиной. Для изготовления пакетов используют специальную упаковочную бумагу.

*Текстильная тара* в основном представлена тканевыми и сетчатыми мешками, паковочными тканями. Мешки изготавливают из льняных, полульняных, льноджутовых, льнокенафных, льноджутокенафных и других тканей, а также из сетки или гардинного полотна. В зависимости от назначения их классифицируют на мешки сетчатые из-под картофеля и овощей, мешки тканевые из-под сахара и мешки тканевые из-под хлебопродуктов и семян сельскохозяйственных культур. Как правило, мешки выпускаются вместимостью 50 и 100 кг.

Паковочная ткань (хлопчатобумажная или льняная) используется для упаковки тканей, швейных, трикотажных и ковровых изделий, а также других товаров.

Транспортирование и хранение жидких, летучих, огнеопасных и других товаров осуществляется в *металлической таре*, к которой относятся бочки, баллоны, барабаны, фляги, банки и канистры. Для их изготовления используют листовую сталь, специальную жечь, алюминий. Внутреннюю поверхность металлической тары покрывают специальными лаками или нейтральными металлами, для того чтобы предотвратить ее взаимодействие с пищевыми продуктами.

*Стеклянная тара* используется для затаривания жидких товаров (молока и молочных продуктов, винно-водочных изделий и других продовольственных и промышленных товаров). В зависимости от формы и объема различают банки, бутылки, баллоны (бутыли) и флаконы. Товары, упакованные в стеклянную тару, необходимо перевозить и хранить в жесткой транспортной таре и мягких упаковочных материалах.

*Керамическая тара* находит ограниченное применение. В основном она используется для затаривания некоторых ликеро-водочных изделий.

*Полимерная тара* получает все более широкое распространение. Она изготавливается из синтетических материалов, которые обладают прочностью, легкостью и хорошо защищают товары от внешних влияний. Она объединяет достаточно разнообразный ассортимент как потребительской, так и транспортной тары. Сюда относятся банки, бутылки, канистры, тубы, коробки, пакеты, ящики и т. п.

*Комбинированная тара* получается путем сочетания различных материалов при ее изготовлении. Так, путем комбинации полимерных материалов с бумагой, фольгой, тканью можно получить прочную и красочную упаковку.

*По конструкции* тару подразделяют на разборную, неразборную, складную, разборно-складную, со съёмными деталями, а *по методам изготовления* — на литую, штампованную, бондарную, клееную, тару, изготовленную литьем под давлением и др.



*В зависимости от устойчивости к внешним механическим воздействиям* различают *жесткую* (деревянные и металлические ящики и бочки, стеклянная тара), *полужесткую* (картонные ящики и корзины) и *мягкую* (мешки, паковочные ткани и т. п.) тару.

Одним из признаков классификации тары является ее **качество**. Например, в зависимости от качества выделяют три категории тканевых мешков, две категории деревянных ящиков и т. д.

## **§ 7.4. Унификация, стандартизация и качество тары**

Постоянное развитие производства тары неразрывно связано с мероприятиями по ее унификации.

*Унификация тары — процесс приведения всего многообразия видов, форм и размеров тары к ограниченному числу типоразмеров и закрепление их за определенными товарными группами.* Она осуществляется на базе единого модуля для тары, транспортных средств, средств механизации погрузочно-разгрузочных работ и оборудования для хранения.

Модулем унификации для транспортной тары принят размер 600 × 400 мм. С учетом этого модуля разработана сетка унифицированных внешних и внутренних размеров ящика, а по внутренним размерам определены унифицированные размеры потребительской тары. Исходя из оптимальной шкалы устанавливаются также определенные размеры тары по высоте. Все это позволяет унифицировать форматы тарных материалов, расфасовочно-упаковочных машин и других видов оборудования, а также габаритные размеры транспортных средств, что, в свою очередь, создает условия для внедрения единой системы технологии обработки грузовых мест на транспорте, на предприятиях оптовой и розничной торговли.

Унификация распространяется не только на тару с прямоугольным основанием (ящики, коробки и т. д.), но и на другие виды тары.

*Стандартизация тары предусматривает установление наиболее рациональных типов тары с точки зрения мате-*

*риалов изготовления, конструктивных особенностей, размеров, формы и веса.* Одной из задач стандартизации является установление общих технических требований к таре, правил ее приемки, маркировки, транспортирования и хранения.

Различают две группы стандартов на тару. К первой группе относятся нормативные стандарты, в которых сформулированы основные понятия, общие технические требования к таре, определены ее типы и основные параметры, методы испытаний.

Вторая группа включает предметные стандарты на тару для конкретных видов продукции (товара). В них приведены наименование и назначение тары, типы и особенности ее конструкции, технические требования и т. д. Предметные стандарты разрабатываются на основании нормативных.

Система стандартизации тары основывается на принципах максимальной экономии материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Она устанавливает оптимальную массу конкретных видов тары и рациональные габаритные размеры с учетом применяемых транспортных средств.

Эффективность использования тары во многом зависит от ее **качества**. Действующими стандартами предусмотрена система показателей качества, которые применяются при разработке конструкторской и нормативно-технической документации на конкретные виды тары. Например, номенклатура показателей качества деревянных ящиков включает следующие показатели: назначения, надежности, эргономические, эстетические, технологичности, транспортабельности, патентно-правовые, стандартизации и унификации.

К показателям назначения относятся: исходные материалы; размеры; предельная масса упаковываемого груза; вместимость; сопротивление сжатию; сопротивление ударам; устойчивость к воздействию дождя; влажность и др.

Показатели надежности, в свою очередь, включают показатели ремонтпригодности, долговечности и сохраняемости.

Очень важными показателями качества тары являются показатели транспортабельности. К ним относятся коэффициент складирования, указывающий на степень использования транспортных средств и складских помещений, и коэф-

фициент пакетирования (на поддонах 800×1200 и 1000×1200 мм), свидетельствующий о степени использования поддона.

*Коэффициент складирования* (Б) определяется по формуле

$$Б = \frac{L_1^3}{L_2^3},$$

где  $L_1^3$  — объем ящика в сложенном виде, дм<sup>3</sup>;

$L_2^3$  — габаритный объем ящика, дм<sup>3</sup>.

*Коэффициент пакетирования* (В) рассчитывается как отношение площади поддона под ящиками ( $\Pi_1$ ) к площади поддона ( $\Pi_2$ ) по формуле

$$В = \frac{\Pi_1}{\Pi_2}.$$

Качество конкретных видов новой (после ее изготовления) тары определяется по соответствующим стандартам с учетом требований, которые изложены в разделах “Типы и размеры”, “Технические требования”, “Правила приемки”, “Методы контроля”.

Качество тары, находящейся в обращении, определяется в соответствии с требованиями действующих Правил применения, обращения и возврата многооборотных средств упаковки и Правил обращения возвратной деревянной и картонной тары.

Так, *мешки сетчатые из-под картофеля и овощей* по качеству под-разделяются на две категории:

I категория — мешки новые, а также бывшие в употреблении, сухие, непрелые, без заплат, штопок и дыр;

II категория — мешки сухие, непрелые, имеющие или требующие не более трех заплат или штопок. При этом площадь одной заплаты не должна превышать трех ячеек или трех квадратных сантиметров для сетчатых мешков или вырабатываемых из гардинного полотна.

*Мешки тканевые из-под сахара* в зависимости от качества имеют три категории:

I категория — мешки новые, отечественные или импортные, а также бывшие в употреблении, сухие, непрелые, без заплат, штопок и дыр;

II категория — мешки, бывшие в употреблении, сухие, непрелые, имеющие или требующие не более трех заплат или штопок;

III категория — мешки, бывшие в употреблении, сухие, непрелые, имеющие или требующие не более пяти заплат или штопок.

*Мешки тканевые из-под хлебопродуктов и семян сельскохозяйственных культур* по качеству также имеют три категории.

Мешки I и II категорий используются для упаковывания муки всех видов и сортов, крупы и сортовых семян сельскохозяйственных культур, а III категории — для упаковывания муки, крупы (кроме риса, пшена, манной крупы и бобовых), зерна, сортовых семян сельскохозяйственных культур, рядовых семян масличных культур, семян трав, комбикормов, пищевых жмыхов, шрота и отрубей.

Новые мешки для хлебопродуктов и семян сельскохозяйственных культур, получаемые от промышленности, подлежат обязательному клеймению до упаковывания в них продукции.

Мешки, бывшие в употреблении, подлежат клеймению на специализированных ремонтных предприятиях после их обработки. Клеймят их несмывающейся краской штампом размером 75×35 мм, который ставится в середине мешка на расстоянии 30–40 см от кромки горловины. В штампе слева ставятся буквы, обозначающие название материала, из которого изготовлен мешок, а затем цифры “1”, “2”, “3”, обозначающие категорию мешка по качеству. Категория мешка определяется по последней стоящей в штампе цифре.

*Возвратные деревянные ящики* (дощатые, комбинированные и из листовых древесных материалов) по качеству подразделяются на ящики, требующие ремонта и отремонтированные.

Возвратными ящиками, требующими ремонта, считаются ящики, у которых имеется одно из следующих повреждений:

- поломка (отсутствие) до четырех дощечек или планок, за исключением вертикальных планок торцовых стенок плотных и решетчатых дощатых ящиков;

- поломка (отсутствие) одной дощечки в одной из стенок или дне лотков для плодов и овощей;

- повреждение металлической ленты или проволоки, уголков из ленты, расшатанность;

- наличие торчащих гвоздей.

В отремонтированных ящиках должны быть устранены повреждения, перечисленные выше.

*Возвратные деревянные бочки* по качеству подразделяются на бочки, требующие ремонта, и бочки отремонтированные.

Возвратными деревянными бочками, требующими ремонта, считаются бочки, у которых имеется одно из следующих повреждений:

- поломка не более трех клепок остова;
- повреждение уторного паза;
- повреждение обручей.

Бочки, требующие ремонта, должны иметь не менее трех обручей и двух звеньев. Допускается поломка одного дна, но его детали должны быть вложены внутрь бочки.

В отремонтированных бочках должны быть устранены перечисленные выше повреждения.

Деревянные ящики с повреждениями, превышающими дефекты, допустимые для ящичков, требующих ремонта, детали деревянных бочек, а также бочки, имеющие повреждения сверх тех, которые допустимы для бочек, требующих ремонта, относятся к деревянному тароматериалу.

*Возвратные картонные ящики* по качеству классифицируют на ящики, требующие ремонта, и ящики отремонтированные.

В свою очередь, ящики, требующие ремонта, бывают I и II категорий.

Ящики, требующие ремонта, I категории — годные для повторного использования, чистые с внутренней стороны, без сквозных повреждений, с цельными клапанами и укомплектованные вспомогательными упаковочными средствами, с наличием скрепок. Допускаются обрывки клеевой ленты и этикеток.

Ящики II категории — годные для повторного использования, с деформацией двух стенок до 15% их площади, имеющие

до четырех сквозных повреждений, но не более двух на одной стенке, размером по длине и диаметру до 5 см или с оголенной гофрой размером по длине не более 12 см, по ширине до 6 см, наличие скрепок, обрывков клеевой ленты и этикеток.

В отремонтированных ящиках должны быть устранены повреждения, допустимые для ящиков, требующих ремонта.

Картонные ящики, имеющие повреждения, превышающие предусмотренные для ящиков II категории, считаются тароматериалом.

Возвращаемая (сдаваемая) отправителю (изготовителю) стеклянная тара не должна иметь сквозных щербин в верхней части горла, а также с внешней и внутренней сторон, сколов и посечек на внешней стороне горла, щербин на дне, трещин на стекле горла и корпуса.

Маркировку, характеризующую тару (кроме мешков), изготовитель наносит следующим образом:

- на ящиках — в левом верхнем углу торцевой стенки;
- бочках и барабанах — на одном из днищ, свободном от маркировки, характеризующей груз (по соглашению с потребителем она может быть нанесена на обечайку);
- флягах и баллонах — на дне.

Маркировка должна содержать следующую информацию: наименование предприятия-изготовителя или его товарный знак; обозначение стандарта или другой нормативно-технической документации, в соответствии с которыми изготовлена тара. На многооборотную тару должна быть нанесена надпись “Многооборотная”.

## **§ 7.5. Организация тарного хозяйства в торговле**

Сбор и возврат тары осуществляют предприятия торговли, общественного питания, заготовительные и производственные предприятия. При этом они руководствуются специальными правилами, которые допускают другой порядок применения, обращения и возврата тары, если он предусмотрен в договоре.

Значительная нагрузка ложится на предприятия торговли, которые в зависимости от выполняемых ими функций и

товарно-отраслевого профиля осуществляют обширный круг операций с тарой, основными из которых являются следующие:

- приемка тары по количеству и качеству;
- вскрытие;
- освобождение от товара;
- утилизация;
- кратковременное хранение и накопление отгрузочных партий;
- вывоз;
- сдача по количеству и качеству тарособирающим (таро-ремонтным) предприятиям или изготовителям (поставщикам) товаров;
- документальное оформление тарных операций.

*Приемку тары по количеству и качеству* осуществляют материально ответственные лица, причем тару, поступившую с товаром, принимают одновременно с товаром. Количество поступившей тары сверяют с данными сопроводительных документов.

Принимая тару по качеству, следует убедиться в ее соответствии требованиям стандартов, проверить правильность маркировки. Необходимо также убедиться в соответствии фактического качества тары качеству, указанному в сопроводительных документах. Проверяется правильность цен, соответствие их ценам, установленным в договоре.

При выявлении ненадлежащего качества тары или расхождений в ее количестве получатель обязан составить акт, который служит основанием для предъявления претензии к поставщику. Порядок составления акта и предъявления претензии к поставщику определен в инструкциях о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству и качеству.

Для *вскрытия тары* используют специальные инструменты: топорик-гвоздодер, трубчатый гвоздодер, молотки (железный и деревянный), набойки обручей (деревянная и металлическая), клещи, ножи для вскрытия картонных ящиков и вспарывания мешков.

*Освобожденная от товаров* и приведенная в порядок тара должна быть рассортирована по видам и сосредоточена в специально отведенных местах.

Деревянную тару *хранят* на подтоварниках штабелями, уложенными по видам и назначению. Тару из-под товаров, обладающих специфическим запахом, хранят отдельно. Мешки после очистки их от остатков товаров *сортируют* по видам и категориям и *укладывают* кипами на хранение в сухих помещениях. К каждой кипе прикрепляют бирку, в которой указывают категорию и количество мешков.

Металлические бочки хранят на подтоварниках под навесом. Стекланную тару, уложенную в транспортную тару, также хранят под навесом.

Нельзя хранить тару в беспорядочно сложенных кучах, мягкую тару — в сырых местах, на каменных полах без деревянных настилов или прокладок.

Тара разового пользования после вскрытия и высвобождения от товара подлежит *утилизации*. Бумажная и картонная тара используется в качестве макулатуры. Некоторая часть полимерной тары может быть использована как вторичное сырье химических производств. В качестве материалов для ремонта тары рекомендуется использовать отходы деревянной тары.

Для различных видов возвратной тары установлены определенные сроки возврата их предприятиям-изготовителям, а при отсутствии сведений об изготовителе товаров — отправителю. В связи с этим очень важен регулярный *вывоз тары*.

Для повышения коэффициента загрузки транспорта наращивают борта автомашин, применяют полуприцепы большой вместимости. Однотипную тару укладывают правильными рядами с максимальной плотностью, обеспечивая при этом необходимую “связь”. Уложенную тару перевязывают веревкой и закрывают брезентом.

Заключительные операции с тарой, выполняемые предприятиями розничной торговли, — *сдача ее по количеству и качеству тарособирающим (тароремонтным) предприятиям* или изготовителям (поставщикам) товаров и ее *документальное оформление*.

Для концентрации возвратной тары, вывезенной из магазинов и других предприятий, ее систематического возврата создаются тарные склады. Они занимаются сбором раз-



личных видов возвратной тары, ее ремонтом, изготовлением новой тары, переработкой нестандартной или вышедшей из оборота тары. Важнейшей функцией таких складов является сдача отремонтированной тары ее потребителям.

Наличие тарных складов позволяет улучшить организацию тарного хозяйства и обеспечить максимально возможный сбор и возврат тары. На таких складах можно применять современную технологию сбора, ремонта, очистки, хранения и возврата тары. Они организуют централизованный вывоз тары от получателей товаров и другой продукции, что способствует снижению издержек, связанных с ее возвратом. Создаваемые здесь мастерские для ремонта тары оснащаются современными высокопроизводительными станками.

Тарные склады имеют в своем распоряжении автомобильный транспорт, который используется для централизованного вывоза тары от получателей товаров и другой продукции и для возврата ее изготовителям или поставщикам товаров.

Операции по сбору тары выполняет специальный сборщик (экспедитор) или шофер, принимающий тару от материально ответственных лиц по количеству и качеству.

Магазины и другие таросдатчики обязаны предварительно подготовить тару к сдаче и погрузке на автомашину, расфасовав ее по видам и категориям, выписать расходную накладную.

Основным документом, подтверждающим вывоз тары из магазина или другого предприятия, является *товарно-транспортная накладная*. На ее основе осуществляется оплата услуг автотранспорта по вывозу порожней тары.

## Глава 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРЕВОЗОК ГРУЗОВ

---

### § 8.1. Роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств

Транспорт играет важную роль в развитии экономики страны, связывая промышленность и сельское хозяйство, обеспечивая условия для нормального развития производства и обращения, содействуя развитию межрегиональных связей. От работы транспорта во многом зависит эффективная деятельность торговых организаций и предприятий, так как расходы на перевозку товаров занимают значительную долю в издержках обращения. Кроме того, рациональное использование различных видов транспортных средств позволяет более оперативно осуществлять доведение многих миллионов тонн товаров от производства до конечных потребителей.

Перевозка товаров осуществляется железнодорожным, автомобильным, водным, воздушным и гужевым транспортом.

Наибольшую долю в грузообороте страны занимает **железнодорожный транспорт**, используемый для транспортирования грузов на значительные расстояния. Поэтому средняя себестоимость железнодорожных перевозок значительно ниже, чем на автомобильном транспорте.

Для перевозки товаров на железнодорожном транспорте используют крытые вагоны, платформы, полувагоны, цистерны и специальный холодильный транспорт.

В *крытых вагонах* перевозят упакованные товары, не требующие поддержания в пути следования строго заданных влажностно-температурных режимов. Длинномерные грузы и товары, уложенные в контейнеры, перевозят на *платфор-*

*мах и в полувагонах. Цистерны* применяют для перевозки наливных грузов.

Скоропортящиеся товары перевозят железнодорожным холодильным транспортом. Для этих целей используют изотермические вагоны и цистерны, рефрижераторные контейнеры.

*Рефрижераторные вагоны и контейнеры* имеют теплоизоляцию. Вагоны-рефрижераторы оборудованы машинными охлаждающими устройствами. Они служат для перевозки как охлажденных, так и замороженных продуктов. *Вагоны-ледники* оборудованы специальными устройствами, заполненными льдом. *Вагоны-термосы* предназначены для перевозки термически подготовленных скоропортящихся грузов со сроками хранения более 10 суток. В зависимости от температуры грузов они сохраняют тепло или холод. В них нельзя перевозить плодоовощные товары, выделяющие биологическое тепло.

Для перевозки вина, виноматериалов используются *изотермические вагоны-цистерны, цистерны-термосы*, для молока — специальные *молочные цистерны*.

**Автомобильный транспорт** используют для перевозки грузов преимущественно на короткие расстояния. Для этих целей служат автомобили, автомобили-тягачи, прицепы и полуприцепы. Для выполнения нетранспортных работ применяют специальный подвижной состав (автокраны и др.).

Различают транспортный подвижной состав *общего назначения и специализированный*. Подвижной состав общего назначения наиболее распространен и включает автомобили и прицепы с универсальными открытыми кузовами и откидывающимися бортами. Ко второй группе относятся автомобили, прицепы и полуприцепы с кузовами, приспособленными для перевозки специальных грузов.

По грузоподъемности все виды автотранспортных средств подразделяются на следующие пять классов, т:

Особо малой грузоподъемности	до 1
Малой грузоподъемности	1–3
Средней грузоподъемности	3–5
Большой грузоподъемности	5–8
Особо большой грузоподъемности	свыше 8

Для доставки товаров чаще всего используют автомобили первых четырех классов.

По типу кузова автомобили подразделяют на автомобили с бортовой платформой, фургоны, рефрижераторы, цистерны и самосвалы.

Перевозка грузов осуществляется также **речным и морским транспортом**, которые играют особенно важную роль для снабжения северных, восточных и других отдаленных районов страны.

Сравнительно небольшую долю в общем грузообороте занимает **воздушный транспорт**, используемый для транспортировки срочных грузов, а также для доставки товаров в труднодоступные районы.

Для перевозки товаров на небольшие расстояния в сельской местности применяют **гужевой транспорт**, в котором в качестве тяги используется сила упряжных животных (лошадей, оленей).

## **§ 8.2. Организация перевозок грузов железнодорожным транспортом**

Отношения, возникающие при перевозке грузов железнодорожным транспортом между перевозчиками, грузоотправителями и грузополучателями, регулируются Уставом железнодорожного транспорта Российской Федерации. В нем определены права, обязанности и ответственность сторон, а также основные условия перевозок грузов. Вопросы, связанные с организацией приема грузов к перевозке, их перевозок и хранения в местах общего пользования железнодорожных станций, а также с осуществлением других связанных с перевозками операций, регулируются специальными правилами, издаваемыми в соответствии с Уставом.

При систематическом осуществлении перевозок грузов грузоотправители могут заключать с перевозчиками долгосрочные договоры об организации перевозок. В них определяются предполагаемые объем перевозок грузов, сроки и условия предоставления транспортных средств и предъяв-

ления грузов для перевозок, порядок расчетов, ответственность сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, а также иные условия организации перевозок. *В соответствии с договорами об организации перевозок перевозчики обязуются в установленные сроки принимать грузы в обусловленном объеме, а грузоотправители — предъявлять их для перевозок.* Такой договор заключается в письменной форме.

**Документальное оформление перевозки.** Перевозка грузов осуществляется в соответствии с заявкой установленной формы, которую грузоотправитель представляет перевозчику не менее чем за 10 дней до начала перевозки (при перевозках грузов в прямом международном, в прямом и непрямом смешанном сообщении, а если пунктами назначения являются порты — не менее чем за 15 дней до начала перевозок). В заявке указываются количество вагонов и тонн, железнодорожные станции назначения и другие необходимые сведения, а также срок действия заявки, который не может превышать 45 дней.

Перевозчик возвращает грузоотправителю заявку с отметкой о ее принятии не позднее чем за три дня до заявленного срока начала перевозки. Выполнение заявки (обеспечение грузоотправителя вагонами, контейнерами, погрузка грузов в вагоны, контейнеры и др.) регистрируется в учетной карточке, которая подписывается перевозчиком и грузоотправителем.

Форма заявки на перевозку грузов, правила и порядок ее оформления и представления, форма учетной карточки выполнения заявки, порядок ее ведения и оформления устанавливаются правилами перевозок грузов железнодорожным транспортом.

Предъявляя груз для перевозки, грузоотправитель должен представить перевозчику на каждую отправку груза заполненный надлежащим образом перевозочный документ — *транспортную железнодорожную накладную.* Она передается перевозчику для дальнейшего заполнения им на станции отправления, в пути следования и на станции назначения.

Оригинал накладной и выдаваемая на ее основании перевозчиком грузоотправителю квитанция о приеме груза подтверждают заключение договора перевозки груза.

**Виды отправок грузов.** Перевозки грузов железнодорожным транспортом могут осуществляться повагонными, контейнерными, мелкими, групповыми, маршрутными, а также сборными повагонными отправлениями.

*Повагонной отправкой* считается предъявляемый к перевозке по одной транспортной железнодорожной накладной груз, для перевозки которого требуется предоставление отдельного вагона .

*Контейнерной отправкой* признается предъявляемый к перевозке по одной накладной груз, для транспортировки которого требуется предоставление одного контейнера.

Под *мелкой отправкой* понимается предъявляемый по одной накладной груз, для перевозки которого не требуется предоставления отдельного вагона или контейнера. При этом общая масса груза должна быть не менее 20 кг, но не более 20 т, а его количество не превышать по объему половины вместимости крытого вагона, контейнера или половины площади пола четырехосной платформы, полувагона.

*Групповой отправкой* считается предъявление к перевозке по одной накладной груза, для перевозки которого требуется предоставить более одного вагона, но менее маршрутной отправки.

Под *маршрутной отправкой* понимается предъявление к перевозке по одной накладной груза, для перевозки которого требуется предоставление вагонов в количестве, соответствующем нормам, установленным для маршрутов по массе или длине.

*Сборной повагонной отправкой* называется предъявляемый по одной накладной груз разных наименований в адрес одного грузополучателя.

**Подготовка грузов к перевозке.** В соответствии с Правилами приема грузов к перевозке железнодорожным транспортом грузоотправитель обязан подготовить грузы для перевозки с целью обеспечения безопасности движения, сохранности грузов, вагонов, контейнеров, пожарной и экологической безопасности.

Чтобы предохранить товары от повреждения, порчи, утраты, а также предотвратить загрязнение и засорение под-

вижного состава, железнодорожного полотна и окружающей среды, грузы должны предъявляться к перевозке в упакованном виде с применением транспортной тары, соответствующей стандартам и техническим условиям. Грузы, на упаковку и тару которых стандарты и технические условия не установлены, предъявляются к перевозке при условии обеспечения их полной сохранности при транспортировке, соответствующей условиям договоров поставки.

При перевозке опасных грузов грузоотправитель обязан нанести на тару, вагоны, контейнеры знаки, коды опасности, предусмотренные правилами перевозок грузов железнодорожным транспортом. Порядок нанесения указанных знаков, кодов устанавливается федеральным органом исполнительной власти в области железнодорожного транспорта и публикуется в сборнике правил перевозок железнодорожным транспортом. Перечень видов грузов повышенной опасности устанавливается Правительством Российской Федерации.

Предъявляемые к перевозке грузоотправителем тарные и штучные грузы должны иметь надлежащую транспортную маркировку, применяемую при перевозках грузов железнодорожным транспортом. Она состоит из основных, дополнительных, информационных надписей и манипуляционных знаков.

**Прием грузов к перевозке.** О времени подачи грузоотправителю вагонов или контейнеров под погрузку перевозчик уведомляет его не позднее чем за два часа до подачи с одновременной регистрацией такого уведомления в книге уведомлений о времени подачи вагонов, контейнеров под погрузку. Порядок уведомления устанавливается по соглашению перевозчика с грузоотправителем.

Под погрузку должны подаваться исправные, очищенные внутри и снаружи, а в необходимых случаях продезинфицированные, годные для перевозки конкретных грузов вагоны и контейнеры.

Перевозчик имеет право заменять предусмотренный заявкой железнодорожный подвижной состав одного вида подвижным составом другого вида, если такая замена предусмотрена правилами перевозок грузов железнодорожным транспортом и при этом не увеличивается стоимость перевозок.

О замене подвижного состава перевозчик должен предупредить грузоотправителя не позднее чем за двенадцать часов до момента подачи вагонов под погрузку.

Грузоотправитель вправе отказаться от вагонов или контейнеров, принадлежащих перевозчику, если они непригодны для перевозок конкретного груза. В таком случае перевозчик обязан подать взамен них исправные, пригодные для перевозки вагоны или контейнеры.

Принимая грузы от отправителя, перевозчик имеет право провести проверку соответствия их тары и упаковки, а также качества перевозимых товаров указанным обязательным требованиям, техническим условиям и иным актам.

**Правила погрузки грузов.** Погрузка в вагоны или контейнеры обеспечивается грузоотправителем. Погрузка порожних или груженых контейнеров в вагоны производится перевозчиком за счет грузополучателя с оплатой по соглашению сторон.

При погрузке грузов в вагоны и контейнеры следует учитывать их грузоподъемность и не превышать ее, а производя размещение и крепление грузов, соблюдать требования технических условий размещения грузов в вагонах и контейнерах.

Погрузка, размещение и крепление грузов в вагонах и контейнерах должны обеспечивать безопасность движения и эксплуатации железнодорожного транспорта, возможность механизации погрузочно-разгрузочных работ, сохранность грузов, вагонов и контейнеров. Если на упаковке грузов имеются манипуляционные знаки и предупредительные надписи, то погрузка в вагоны и контейнеры производится с соблюдением требований этих знаков и надписей.

Запрещается погрузка в один вагон или контейнер грузов, которые по своим свойствам могут повредить или испортить другие грузы.

**Сроки доставки грузов.** Перевозчики обязаны доставлять грузы по назначению и в установленные сроки. Они определяются в соответствии с Правилами исчисления сроков доставки грузов железнодорожным транспортом. Однако в договорах грузоотправители, грузополучатели и перевозчики могут предусмотреть иной срок доставки грузов.



Скорость перевозки грузов (грузовую или большую) выбирает и указывает в транспортной железнодорожной накладной грузоотправитель. Если для данного груза допускается перевозка только большой скоростью, то грузоотправитель должен указать ее.

Исчисление срока доставки грузов начинается с 24 часов дня приема грузов для перевозки. Дату приема грузов для перевозки и расчетную дату истечения срока их доставки, определенную исходя из правил перевозок грузов железнодорожным транспортом или на основании соглашения сторон, указывает перевозчик в транспортной железнодорожной накладной и выданных грузоотправителям квитанциях о приеме грузов.

Грузы считаются доставленными в срок, если на станции назначения они выгружены перевозчиком или если вагоны, контейнеры с грузами поданы для выгрузки грузополучателем до истечения установленного срока доставки.

За несоблюдение сроков доставки грузов, кроме предусмотренных Уставом железнодорожного транспорта случаев, перевозчик уплачивает пени в размере девяти процентов платы за перевозку груза за каждые сутки просрочки (при этом неполные сутки считаются за полные), но не более чем в размере платы за перевозку данного груза.

**Порядок выдачи грузов.** Перевозчик обязан уведомить грузополучателя о прибывших в его адрес грузах не позднее чем в 12 ч дня, следующего за днем прибытия грузов. Порядок и способ уведомления устанавливаются по соглашению сторон. Если перевозчик не уведомил о прибытии грузов, грузополучатель освобождается от платы за пользование вагонами, контейнерами и от сбора за хранение грузов до получения уведомления об их прибытии.

О времени подачи вагонов, контейнеров с грузами к месту выгрузки их грузополучателем перевозчик уведомляет грузополучателя не позднее чем за два часа до объявленной подачи вагонов и контейнеров, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Грузы выдаются на станции назначения грузополучателю после внесения им платы за перевозку и иных причи-

тающихся перевозчику платежей, если они не были внесены грузоотправителем.

Порядок оформления выдачи грузов устанавливается Правилами выдачи грузов на железнодорожном транспорте.

В случае уклонения грузополучателя от внесения платы и платежей перевозчик вправе удерживать груз с уведомлением в письменной форме об этом грузоотправителя, который обязан в течение четырех суток после получения такого уведомления распорядиться грузом.

По прибытии груза на железнодорожную станцию назначения перевозчик обязан выдать грузополучателю грузы и транспортную железнодорожную накладную. Грузополучатель может отказаться от принятия груза только в том случае, если его качество вследствие порчи или повреждения изменилось в такой степени, что исключается возможность полного или частичного использования такого груза по назначению.

Прибывшие грузы, контейнеры, подлежащие выгрузке и выдаче в местах общего пользования, хранятся на железнодорожной станции назначения бесплатно в течение двадцати четырех часов. Указанный срок исчисляется с 24 ч дня обеспеченной перевозчиком выгрузки грузов, контейнеров или с 24 ч дня подачи перевозчиком вагонов, контейнеров с грузами к предусмотренному месту выгрузки (для разгрузки грузополучателем). Сроки и порядок хранения грузов на железнодорожной станции назначения устанавливаются Правилами хранения грузов в местах общего пользования при перевозке железнодорожным транспортом. Расходы перевозчика, возникающие после окончания срока доставки в связи с хранением грузов на железнодорожной станции назначения сверх указанного срока, оплачиваются грузополучателем.

Выгрузка грузов из вагонов или контейнеров в местах общего и необщего пользования обеспечивается грузополучателем, а выгрузка груженых контейнеров — перевозчиками за счет грузополучателей с оплатой по соглашению сторон.

При выдаче груза грузополучателю перевозчик обязан проверить его состояние, массу и количество мест в следующих случаях:

- прибытия груза в неисправном вагоне, контейнере, а также в вагоне, контейнере с поврежденными запорно-пломбировочными устройствами или запорно-пломбировочными устройствами попутных железнодорожных станций;
- прибытия груза с коммерческим актом, составленным на попутной железнодорожной станции;
- прибытия груза с признаками недостачи либо повреждения или порчи при перевозке груза в открытом железнодорожном подвижном составе;
- прибытия скоропортящегося груза с нарушением срока его доставки или с нарушением температурного режима при перевозке груза в рефрижераторном вагоне;
- прибытия груза, погрузка которого обеспечивалась перевозчиком;
- выдачи груза, выгруженного перевозчиком в местах общего пользования.

При перевозке тарных и штучных грузов в перечисленных выше случаях проверяется состояние и масса грузов, находящихся в поврежденных таре и упаковке.

**Ответственность сторон за нарушение условий договора перевозки грузов железнодорожным транспортом.** В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по перевозке грузов перевозчик, грузоотправитель, грузополучатель несут ответственность, предусмотренную Гражданским кодексом Российской Федерации, Уставом железнодорожного транспорта Российской Федерации, а также договором перевозки грузов.

В частности, имущественную ответственность в виде штрафа за невыполнение принятой заявки на перевозку грузов несет перевозчик при неподаче вагонов, контейнеров, а грузоотправитель — при непредъявлении грузов, неиспользовании поданных вагонов, контейнеров или отказе от предусмотренных заявкой вагонов, контейнеров. Размеры таких штрафов, а также случаи, когда стороны освобождаются от их уплаты, установлены Уставом.

Перевозчик несет имущественную ответственность за несохранность груза после принятия его для перевозки и до выдачи его грузополучателю, если не докажет, что утрата, недо-

стача или повреждение (порча) груза произошли вследствие обстоятельств, которые он не мог предотвратить и устранение которых от него не зависело, в частности вследствие:

- причин, зависящих от грузоотправителя или грузополучателя;
- особых естественных свойств перевозимого груза;
- недостатков тары или упаковки, которые не могли быть замечены при наружном осмотре при приеме груза для перевозки, либо применения тары, упаковки, не соответствующих свойствам груза или установленным стандартам, при отсутствии следов повреждения тары, упаковки в пути;
- сдачи для перевозки груза, влажность которого превышает установленную норму.

Перевозчик освобождается от имущественной ответственности за утрату, недостачу или повреждение (порчу) принятого для перевозки груза, если:

- груз прибыл в исправном вагоне, контейнере с исправными запорно-пломбировочными устройствами, установленными грузоотправителем, либо в исправном подвижном составе без перегрузки в пути следования с исправной защитной маркировкой или исправной увязкой, а также при наличии других признаков, свидетельствующих о сохранности груза;
- недостача или повреждение (порча) груза произошли вследствие естественных причин, связанных с перевозкой груза в открытом железнодорожном подвижном составе;
- перевозка груза осуществлялась в сопровождении представителя грузоотправителя или грузополучателя;
- недостача груза не превышает норму естественной убыли и погрешность измерений массы нетто;
- утрата, недостача или повреждение (порча) груза произошли в результате последствий, вызванных недостоверными, неточными или неполными сведениями, указанными грузоотправителем в транспортной железнодорожной накладной.

Возмещение ущерба, причиненного при перевозке перевозчиком, происходит в размере:

- стоимости утраченного или недостающего груза в случае его утраты или недостачи;

- суммы, на которую понизилась стоимость груза в случае его повреждения (порчи) или в размере его стоимости при невозможности восстановить поврежденный груз;

- объявленной стоимости груза или в размере доли его объявленной стоимости, соответствующей утраченной, недостающей или поврежденной (испорченной) части груза, в случае утраты груза, сданного для перевозки с объявлением его ценности.

Стоимость груза объявляется исходя из его цены, указанной в счете продавца или предусмотренной договором.

Кроме возмещения ущерба в указанных размерах перевозчик возвращает взысканную за такой груз плату за перевозку и иные причитающиеся ему платежи пропорционально количеству утраченного, недостающего или поврежденного (испорченного) груза, если данная плата не входит в стоимость груза.

**Правила составления актов при перевозках грузов железнодорожным транспортом.** Обстоятельства, являющиеся основанием для ответственности перевозчиков, грузоотправителей, грузополучателей при осуществлении перевозок грузов по железным дорогам, удостоверяются коммерческими актами, актами общей формы и иными актами. Порядок их составления определен Правилами составления актов при перевозках грузов железнодорожным транспортом.

**Коммерческий акт** составляется для удостоверения следующих обстоятельств:

- несоответствие наименования, массы, количества мест груза данным, указанным в транспортной железнодорожной накладной;

- повреждение (порча) груза и возможные причины такого повреждения;

- обнаружение груза без перевозочных документов, а также перевозочных документов без груза;

- возвращение перевозчику похищенного груза;

- непередача перевозчиком груза на железнодорожный путь необщего пользования в течение двадцати четырех часов после оформления документов о выдаче груза. В данном случае коммерческий акт составляется только по требованию грузополучателя.

Коммерческий акт составляется:

- при выгрузке грузов в местах общего пользования — в день выгрузки груза, в необходимых случаях — в день выдачи груза грузополучателю;
- при выгрузке груза в местах необщего пользования — в день выгрузки груза, при этом проверка груза должна проводиться в процессе их выгрузки или непосредственно после выгрузки груза;
- в пути следования груза — в день обнаружения обстоятельств, подлежащих оформлению коммерческим актом.

При невозможности составить коммерческий акт в указанные сроки он должен быть составлен в течение следующих суток.

Данные в коммерческом акте приводятся на основании перевозочных документов, книг перевески грузов на вагонных и товарных весах и других документов.

В случае составления коммерческого акта при перевозке продовольственных и скоропортящихся грузов к первому экземпляру коммерческого акта прикладывается копия сертификата качества или удостоверения о качестве, заверенная на основании подлинного документа печатью и подписью уполномоченного представителя перевозчика.

Коммерческий акт составляется перевозчиком в трех экземплярах на бланке установленной формы, заполняется без помарок, подчисток и каких-либо исправлений и регистрируется в книге учета коммерческих актов перевозчика.

Экземпляры коммерческого акта, составленного перевозчиком на станции назначения, распределяются следующим образом:

- первый экземпляр используется перевозчиком для расследования обстоятельств, послуживших основанием для его составления;
- второй — выдается грузополучателю по его требованию;
- третий — остается на хранение в делах перевозчика.

Если коммерческий акт составляется перевозчиком на станции отправления или на попутной станции, то:

- первый экземпляр акта используется перевозчиком для расследования обстоятельств, послуживших основанием для его составления;

- второй экземпляр прилагается к перевозочному документу и следует до станции назначения;
- третий экземпляр остается на хранение в делах перевозчика.

О составлении коммерческого акта на станции отправления или на попутной станции делается отметка на оборотной стороне транспортной железнодорожной накладной в графе “Отметки перевозчика” с указанием номера коммерческого акта, даты его составления и в связи с чем он составлен. Эта запись удостоверяется подписью уполномоченного представителя перевозчика. О составлении коммерческого акта на станции назначения отметка на оборотной стороне накладной в графе “Отметки перевозчика” делается по требованию грузополучателя.

Коммерческий акт подписывает грузополучатель или его уполномоченный представитель (по доверенности на право подписания коммерческого акта), если он участвует в проверке груза, и перевозчик. При выгрузке и одновременной выдаче груза грузополучателю коммерческий акт подписывается уполномоченными представителями грузополучателя и перевозчика. При выгрузке вагонов перевозчиком в местах общего пользования в склады и на площадки станций, в случае когда выдача груза производится после выгрузки, коммерческий акт подписывается только уполномоченным представителем перевозчика.

В случае выдачи груза со склада или площадки станции при наличии несоответствия данных, имеющих в коммерческом акте, составленном при выгрузке груза из вагона, перевозчиком составляется новый коммерческий акт.

По требованию грузополучателя перевозчик обязан в течение трех дней выдать коммерческий акт. Его выдача представителю грузополучателя производится при предъявлении доверенности, а в случае, если грузополучателем является физическое лицо — паспорта или иного документа, удостоверяющего личность лица. При получении коммерческого акта уполномоченный представитель грузополучателя расписывается на оборотной стороне коммерческого акта на экземпляре, остающемся в делах перевозчика, с указанием

даты и номера доверенности или документа, удостоверяющего личность лица.

В случае отказа перевозчика от составления коммерческого акта или оформления коммерческого акта с нарушением установленных требований грузополучатель обязан подать заявление перевозчику в письменной форме, если иная форма не предусмотрена соглашением сторон, в течение трех суток, а в отношении продовольственных и скоропортящихся грузов — в течение одних суток с момента выдачи грузов или их выгрузки. Перевозчик обязан дать грузополучателю мотивированный ответ на указанное заявление в течение трех суток, а в отношении продовольственных и скоропортящихся грузов — в течение одних суток со дня получения заявления.

Представители перевозчика и грузополучателя, участвующие в составлении коммерческого акта, обязаны подписать его. При несогласии с содержанием коммерческого акта они вправе изложить в нем особое мнение.

**Акт общей формы** составляется на станциях для удостоверения следующих обстоятельств:

- утрата документов, приложенных грузоотправителем к транспортной железнодорожной накладной, предусматриваемых соответствующими правилами перевозок грузов железнодорожным транспортом;

- задержка вагонов на станции назначения в ожидании подачи их под выгрузку по причинам, зависящим от грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования;

- задержка груженых вагонов на промежуточных станциях из-за неприема их станцией назначения по причинам, зависящим от грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования, и отсутствия технических возможностей накопления вагонов на станции назначения;

- задержка груженых вагонов, контейнеров на станции в случаях превышения фактической массы груза сверх допустимой грузоподъемности вагонов, контейнеров;

- задержка подачи порожних вагонов грузоотправителю в соответствии с принятой заявкой на перевозку грузов по



причинам, зависящим от грузоотправителя или владельца железнодорожного пути необщего пользования;

- задержка приема от перевозчика грузополучателем, грузоотправителем, владельцем железнодорожного пути необщего пользования принадлежащих им или арендованных у перевозчика вагонов, контейнеров, а также порожних собственных, не принадлежащих перевозчику вагонов, контейнеров;

- неочистка вагонов, контейнеров от остатков груза и мусора после выгрузки средствами грузополучателя (кроме случаев обнаружения в цистернах и бункерных полувагонах недослитых остатков груза в пунктах налива или на промывочно-пропарочных станциях);

- неочистка наружной поверхности цистерн и бункерных полувагонов после налива и слива;

- подача перевозчиком неочищенных вагонов, контейнеров под погрузку средствами грузоотправителя;

- отсутствие запорно-пломбировочных устройств на вагоне, контейнере, их несоответствие данным, указанным в накладной, неисправность, повреждение или замена, обнаружение в пути следования или на станции назначения на вагонах, контейнерах запорно-пломбировочных устройств с неясно нанесенной информацией;

- задержка по вине грузоотправителя, грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования принадлежащего перевозчику локомотива, направленного для уборки вагонов в соответствии с уведомлением грузоотправителя, грузополучателя;

- задержка груза в пути следования в случаях, указанных в правилах исчисления сроков доставки грузов железнодорожным транспортом;

- задержка груза в пути следования в случае замены проводников грузоотправителей, грузополучателей;

- обнаружение в пути следования неисправности вагонов, контейнеров (неисправное состояние запорно-пломбировочных устройств, наличие признаков доступа к грузу через люки вагона, стенки вагона, контейнера), угрожающей безопасности движения и сохранности перевозимых грузов;

- повреждение вагона, контейнера;

- самовольное занятие перевозчиком вагонов, контейнеров, принадлежащих грузоотправителю, грузополучателю, иным организациям или арендованных ими;

- самовольное использование грузоотправителем, грузополучателем, иными организациями вагонов, контейнеров, принадлежащих перевозчику;

- неподача перевозчиком вагонов, контейнеров с грузами в случае уклонения грузополучателя от внесения платы за перевозку грузов и иных причитающихся перевозчику платежей;

- простой локомотива, принадлежащего перевозчику, в ожидании окончания операции по погрузке, выгрузке на перегонах, отдельных пунктах (разъезды, блокпосты, обгонные пункты), не открытых в установленном порядке для производства коммерческих операций;

- отказ или уклонение грузоотправителя, грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования и других юридических и физических лиц от подписания документов, предусмотренных технологией работы железнодорожного транспорта (учетной карточки выполнения заявки на перевозку, накопительной карточки, акта о повреждении вагона, акта о повреждении контейнера, памятки приемосдатчика, ведомости подачи и уборки вагонов и др.);

- в других случаях, предусмотренных технологией работы железнодорожного транспорта и правилами перевозок грузов железнодорожным транспортом.

Акт общей формы на станциях отправления, назначения и в пути следования составляется перевозчиком в необходимом количестве экземпляров. В пути следования перевозчик, как правило, составляет два экземпляра:

- первый — прикладывается к перевозочному документу;
- второй — хранится в делах перевозчика.

О составлении акта на оборотной стороне накладной в графе “Отметки перевозчика” делается отметка с указанием номера и даты составления акта, которая заверяется подписью уполномоченного представителя перевозчика.

При составлении акта общей формы в пути следования в случаях, указанных в Правилах исчисления сроков доставки

грузов железнодорожным транспортом, аналогичная отметка делается на оборотной стороне дорожной ведомости с левой стороны свободного поля.

В случае последующего взимания с грузоотправителя штрафа за искажение в накладной наименования груза, особых отметок, сведений о грузах акт общей формы составляется перевозчиком в пути следования в трех экземплярах. Третий экземпляр акта прикладывается к коммерческому акту и вместе с документом, по которому производится взыскание штрафа, направляется в адрес грузоотправителя.

Если акт общей формы составляется для взимания с грузоотправителя, грузополучателя, владельца железнодорожного пути необщего пользования и других юридических и физических лиц штрафов, сборов и других платежей, перевозчиком также составляется три экземпляра акта:

- первый — прикладывается к документу, по которому производится начисление и взимание штрафов, сборов и других платежей;

- второй — выдается соответственно грузоотправителю, грузополучателю, владельцу железнодорожного пути необщего пользования, другим юридическим и физическим лицам;

- третий — хранится в делах перевозчика.

При направлении материалов в органы внутренних дел по случаям хищения грузов вместе с коммерческим актом перевозчиком прикладываются копии актов общей формы, составленные по данной отправке.

В акте общей формы должны быть изложены обстоятельства, послужившие основанием для его составления.

Если по договору перевозчика с грузоотправителем предусмотрена подача под погрузку средствами грузоотправителя неочищенных порожних вагонов, контейнеров с открытыми люками, дверями, с неснятыми приспособлениями для крепления грузов, то в случае подачи таких вагонов, контейнеров под погрузку перевозчиком составляется акт общей формы. В нем указывается, что вагоны, контейнеры поданы под погрузку с согласия грузоотправителя, перечисляются номера вагонов, контейнеров, а также номер договора и дата его подписания.

Если акт общей формы составляется в случае задержки вагонов, контейнеров в пути следования при обстоятельствах, требующих увеличения срока доставки грузов, то в акте указывается причина и время задержки вагонов, контейнеров в пути.

При составлении акта общей формы в пути следования в случаях обнаружения вагонов, контейнеров с неисправным состоянием запорно-пломбировочных устройств, наличием признаков доступа к грузу через люки вагона, стенки вагона, контейнера, а также с неисправностями, угрожающими безопасности движения и сохранности перевозимых грузов, перевозчиком указываются сведения: об обнаруженных неисправностях, о результатах проверки грузов, о состоянии кузова вагона, контейнера, запорно-пломбировочных устройств, закруток, запоров на дверях и люках, а также о состоянии погрузки грузов, с указанием полноты загрузки вагона, равномерности поверхности грузов, числа ярусов в дверном пространстве и другие обстоятельства, вследствие которых вагон, контейнер направляются на комиссионную проверку.

В актах общей формы указываются также способ устранения возможности доступа к грузу, сведения о запорно-пломбировочных устройствах, наложенных на вагон, контейнер, автотракторную технику.

***Акт о техническом состоянии вагона, контейнера.*** В случаях обнаружения течи, порчи или подмочки груза, происшедших по причине технической неисправности вагона, контейнера, кроме коммерческого акта составляется акт о техническом состоянии вагона, контейнера.

Такой акт составляется перевозчиком не менее чем в двух экземплярах. Первый его экземпляр прилагается к первому экземпляру коммерческого акта, а второй — остается в делах перевозчика.

Акт о техническом состоянии вагона, контейнера должен составляться в день обнаружения неисправности вагона, контейнера либо не позднее дня составления коммерческого акта. При указании в нем причин неисправности вагона, контейнера обязательно указывается характер неисправности и ее происхождение.

**Акт экспертизы.** При необходимости проведения экспертизы перевозчик по своей инициативе или по требованию грузополучателя приглашает экспертов или специалистов в соответствующей области. Результаты экспертизы, проведенной без участия перевозчика или грузополучателя, являются недействительными.

Акт экспертизы составляется для определения причин недостачи, порчи или повреждения груза и размера причиненного ущерба в день проведения экспертизы в порядке, предусмотренном правилами выдачи грузов на железнодорожном транспорте.

В случае уклонения перевозчика от вызова эксперта или специалиста в соответствующей области или уклонения перевозчика, грузополучателя от участия в проведении экспертизы соответствующая сторона вправе провести экспертизу без их участия, предварительно уведомив о проведении экспертизы в письменной форме, если иная форма не предусмотрена соглашением сторон.

Расходы, связанные с проведением экспертизы, оплачиваются стороной, заказавшей экспертизу, с последующим отнесением расходов на сторону, виновную в недостаче, порче или повреждении груза.

Акт экспертизы подписывается экспертом, а также другими специалистами, которые были привлечены к проведению экспертизы по инициативе перевозчика или по требованию грузополучателя; перевозчиком и представителем грузополучателя, если он принимал участие в экспертизе прибывшего в его адрес груза.

При составлении акта экспертизы перевозчиком в коммерческом акте делается отметка с указанием номера и даты его составления.

**Порядок предъявления и рассмотрения претензий к перевозчикам.** В соответствии с действующим законодательством грузоотправитель или грузополучатель до предъявления иска, возникшего в связи с нарушением перевозчиком обязательств по договору перевозки, обязаны предъявить ему претензию. Порядок ее предъявления определен Правилами предъявления и рассмотрения претензий, возник-

ших в связи с осуществлением перевозок грузов железнодорожным транспортом.

Правилами установлено, что претензии в отношении утраты, недостачи, повреждения или порчи грузов предъявляются, как правило, по каждой отправке, оформленной транспортной железнодорожной накладной.

В претензии указываются следующие сведения:

- наименование заявителя претензии, а для юридических лиц — данные свидетельства о государственной регистрации в качестве юридического лица;

- местонахождение юридического лица (индекс, республика, край, область, город, населенный пункт, улица, номер дома, корпуса, квартиры), а для физических лиц — данные паспорта или другого документа, удостоверяющего личность, и адрес, по которому следует направлять ответ на претензию;

- банковские реквизиты;

- основание для предъявления претензии (полная или частичная утрата груза, недостача, повреждение, порча, просрочка в доставке и др.);

- сумма претензии по каждому отдельному требованию, по каждой накладной, квитанции о приеме груза, учетной карточке выполнения заявки на перевозку грузов железнодорожным транспортом, ведомости подачи и уборки вагонов, накопительной карточке и другим документам;

- перечень документов, прилагаемых к претензии.

К претензии должны быть приложены подтверждающие ее документы. Их перечень зависит от того, что явилось основанием для предъявления претензии. Например в случаях:

- утраты груза — квитанция о приеме груза с отметкой перевозчика на станции назначения о неприбытии груза или справки перевозчика об отправке груза с отметкой о неприбытии данного груза на железнодорожную станцию назначения, а также документ, подтверждающий факт и размер причиненного заявителю претензии ущерба, удостоверяющий количество и действительную стоимость груза;

- недостачи, повреждения или порчи груза — железнодорожная транспортная накладная и выданный перевозчи-

ком коммерческий акт либо накладная с отметкой перевозчика о составлении коммерческого акта в случае его утраты, либо накладная и документ об обжаловании отказа перевозчика в составлении коммерческого акта, а также документ, подтверждающий факт причиненного ущерба, удостоверяющий количество и действительную стоимость недостающих, поврежденных или испорченных грузов;

- просрочки доставки груза — железнодорожная транспортная накладная;

- задержки выдачи груза — железнодорожная транспортная накладная и акт общей формы;

- уплаты штрафов за задержку подачи вагонов под погрузку и выгрузку, задержку уборки вагонов с мест погрузки, выгрузки или приема вагонов с железнодорожного пути необщего пользования — ведомость подачи и уборки вагонов, памятка приемосдатчика, а также уведомление о завершении грузовой операции или передаче вагонов на железнодорожный выставочный путь, выписка из договора на эксплуатацию железнодорожного пути необщего пользования или договора на подачу и уборку вагонов, акт общей формы;

- возврата провозной платы — железнодорожная транспортная накладная или квитанция о приеме груза для перевозки, либо, в случае несостоявшейся перевозки груза, квитанция о приеме груза с отметкой перевозчика на станции отправления о возврате груза (факт возврата груза станцией отправления подтверждается подписью грузоотправителя в получении груза в дорожной ведомости), а также документы, подтверждающие оплату провозной платы;

- возврата штрафа за невыполнение принятой заявки на перевозку грузов или за неподачу вагонов, контейнеров для выполнения заявки — копия учетной карточки выполнения заявки на перевозку грузов, документы, подтверждающие внесение платежей по учетной карточке, а также акт общей формы, составленный в случае отказа одной из сторон подписать учетную карточку;

- взыскания штрафа или возмещения затрат, возникших в связи с подачей под погрузку неочищенных вагонов, контей-

неров — акт общей формы и документы, подтверждающие затраты на очистку вагонов, контейнеров.

Претензии к перевозчикам могут быть предъявлены в течение шести месяцев, а претензии в отношении штрафов и пеней — в течение сорока пяти дней. Указанные сроки предъявления претензий исчисляются в отношении:

- возмещения за повреждение (порчу) либо недостатку груза — со дня выдачи груза;

- возмещения за утрату груза — по истечении тридцати дней со дня окончания срока его доставки;

- возмещения за утрату груза в процессе его перевозки в прямом смешанном сообщении — по истечении четырех месяцев со дня приема груза для перевозки;

- возмещения за просрочку доставки груза — со дня выдачи груза;

- возврата платы за пользование вагонами, контейнерами, штрафа за задержку вагонов, контейнеров — со дня получения заявителем претензии копии инкассового поручения (счета) перевозчика о начислении платы, штрафа;

- возврата штрафа за невыполнение принятой заявки — по истечении пяти дней с момента взыскания штрафа;

- возврата штрафа за использование перевозчиком вагонов, контейнеров, принадлежащих грузоотправителям, грузополучателям, другим юридическим или физическим лицам либо арендованных ими без согласия их владельца, — по истечении срока доставки таких вагонов, контейнеров после выгрузки грузов или возврата их в пункт приписки;

- иных возникших в связи с осуществлением перевозки случаев — со дня наступления событий, послуживших основанием для предъявления претензий.

Перевозчик вправе принять для рассмотрения претензию по истечении указанных выше сроков, если признает уважительной причину пропуска срока предъявления претензии.

Если груз следовал маршрутной или групповой отправлениями по одной накладной и на станции назначения выдавался как по основной накладной, так и по досылочной дорожной ведомости, то срок на предъявление претензии по таким от-



правкам исчисляется с момента выдачи последней части груза по досылочной дорожной ведомости.

При рассмотрении претензий за утрату или недостачу груза, сданного к перевозке без объявления ценности, возмещение ущерба определяется в размере стоимости утраченного или недостающего груза, в случае повреждения или порчи груза — в размере суммы, на которую понизилась стоимость груза или в размере его стоимости при невозможности восстановить поврежденный груз.

Стоимость груза определяется исходя из его цены, указанной в счете продавца или предусмотренной договором, а при отсутствии счета продавца или цены в договоре — исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичный товар, либо на основании экспертной оценки.

Наряду с возмещением ущерба перевозчик возвращает грузоотправителю, грузополучателю взысканную плату за перевозку груза пропорционально количеству утраченного, недостающего, поврежденного или испорченного груза, если данная плата не входит в стоимость такого груза.

В случае когда груз сдан к перевозке с объявлением его ценности, при утрате груза перевозчик возмещает ущерб в размере объявленной стоимости груза, в случае недостачи, повреждения или порчи груза — в размере доли объявленной стоимости груза, соответствующей недостающей, поврежденной или испорченной его части.

Если перевозчик докажет, что объявленная ценность превышает действительную стоимость, он возмещает грузоотправителю или грузополучателю ущерб в размере действительной стоимости груза.

Перевозчик обязан рассмотреть полученную претензию и о результатах ее рассмотрения уведомить в письменной форме заявителя в течение тридцати дней со дня получения претензии.

При частичном удовлетворении или отклонении перевозчиком претензии заявителя он должен указать в уведомлении основание принятого решения со ссылкой на соответствующую статью Устава железнодорожного транспорта.

В таком случае представленные вместе с претензией документы возвращаются заявителю. Уведомление перевозчика подписывается уполномоченным им лицом.

При полном или частичном отказе перевозчика удовлетворить претензию либо в случае неполучения от него ответа в течение тридцати дней со дня получения претензии грузоотправителями или грузополучателями могут быть предъявлены *иски*. Они направляются в суд или арбитражный суд в течение одного года со дня наступления событий, послуживших основанием для предъявления претензии.

### **§ 8.3. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом**

Перевозка грузов, принадлежащих торговым предприятиям и организациям, может производиться их собственным автомобильным транспортом. Однако часто для этого используют транспорт специализированных автотранспортных организаций, с которыми заключают договоры перевозки груза. Взаимоотношения сторон такого договора регламентируются Уставом автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта и утвержденными на его основании Правительством РФ Правилами перевозок грузов автомобильным транспортом.

*По договору перевозки груза перевозчик обязуется доставить вверенный ему груз в пункт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (получателю), а отправитель обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату.*

При осуществлении систематических перевозок грузов автотранспортная организация и грузоотправитель могут заключать между собой долгосрочные (например, на год) *договоры об организации перевозки груза*. По договору об организации перевозок грузов перевозчик обязуется в установленные сроки принимать, а грузовладелец — предъявлять к перевозке грузы в обусловленном объеме. В таком договоре определяются объемы, сроки и другие условия предостав-

ления транспортных средств и предъявления грузов для перевозки, порядок расчетов, а также иные условия организации перевозки.

Договор перевозки груза может заключаться посредством принятия перевозчиком к исполнению заказа, а при наличии договора об организации перевозки груза — заявки грузоотправителя.

Если иное не предусмотрено договором перевозки груза, то заключение такого договора подтверждается *транспортной накладной*, составленной грузоотправителем. Составляется она на одну или несколько партий груза, перевозимых на одном транспортном средстве, в трех оригинальных экземплярах соответственно для грузоотправителя, грузополучателя и перевозчика. Подписывается накладная грузоотправителем и перевозчиком или их уполномоченными лицами.

До заключения договора перевозки груза перевозчик по требованию грузоотправителя представляет прејскурант, содержащий сведения о стоимости услуг перевозчика и порядке расчета провозной платы.

Перевозчик в срок, установленный договором перевозки груза, подает грузоотправителю под погрузку исправное транспортное средство в состоянии, пригодном для перевозки соответствующего груза, а грузоотправитель предъявляет перевозчику в установленные сроки груз.

Пригодными для перевозки груза признаются транспортные средства и контейнеры, соответствующие установленным в договоре назначению, типу и грузоподъемности, а также оснащенные соответствующим оборудованием. Подача транспортного средства и контейнера, непригодных для перевозки груза, обусловленного договором перевозки груза, приравнивается к неподаче транспортного средства.

Подача транспортного средства в пункт погрузки с задержкой более чем на 2 часа от времени, установленного в заявке или заказе, признается опозданием, если иное не установлено соглашением сторон.

При подаче транспортного средства под погрузку грузоотправитель отмечает в транспортной накладной в присут-

ствии перевозчика (водителя) фактические дату и время подачи транспортного средства под погрузку, а также состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования, массу груза и количество грузовых мест. Перевозчик (водитель) по завершении погрузки подписывает транспортную накладную и в случае необходимости указывает в ней свои замечания и оговорки при приеме груза.

Правилами перевозок грузов автомобильным транспортом предусмотрены случаи, в которых грузоотправитель вправе отказаться от исполнения договора:

- предоставление перевозчиком транспортного средства и контейнера, непригодных для перевозки соответствующего груза;
- подача транспортных средств и контейнеров в пункт погрузки с опозданием;
- непредъявление водителем транспортного средства документа, удостоверяющего личность, и путевого листа в пункте погрузки.

Состояние груза, предъявляемого к перевозке, должно отвечать установленным требованиям:

- груз подготовлен, упакован и затарен в соответствии со стандартами, техническими условиями и иными нормативными документами на груз, тару, упаковку и контейнер;
- при перевозке груза в таре или упаковке грузоотправитель на каждое грузовое место наносит маркировку, состоящую из основных, дополнительных и информационных надписей, а также манипуляционных знаков;
- масса груза соответствует массе, указанной в транспортной накладной.

Сроки погрузки груза в транспортные средства и контейнеры, а также выгрузки груза из них могут устанавливаться в договоре перевозки груза. В противном случае погрузка и выгрузка выполняются в сроки, установленные Правилами, в зависимости от вида транспортного средства и массы перевозимого груза или массы брутто контейнера. В эти сроки не включается время, необходимое для выполнения работ по подготовке груза к перевозке.

Погрузка груза в транспортное средство и контейнер, а также его выгрузка из них осуществляются с учетом перечня работ, содержащегося в приложении к Правилам.

Так, *погрузка груза* включает в себя следующие виды работ:

1. Подготовка груза, контейнера к перевозке:
  - а) упаковка и затаривание груза в соответствии со стандартами, техническими условиями на груз, тару, упаковку и контейнер;
  - б) маркировка и группировка грузовых мест по грузополучателям;
  - в) размещение груза, контейнера на месте загрузки.
2. Подготовка транспортного средства к загрузке:
  - а) размещение транспортного средства на месте загрузки;
  - б) открытие дверей, люков, бортов, снятие тентов, подготовка и установка на транспортном средстве приспособлений, необходимых для загрузки, разгрузки и перевозки груза, и приведение их в рабочее состояние.
3. Загрузка груза в транспортное средство:
  - а) подача груза, контейнера в транспортное средство;
  - б) размещение, укладка груза в транспортном средстве.
4. Крепление груза в транспортном средстве:
  - а) приведение в рабочее состояние крепежных, стопорных и защитных приспособлений, закрытие дверей, люков, бортов транспортного средства, установка тентов;
  - б) подготовка загруженного транспортного средства к движению.

*Работы, связанные с выгрузкой груза:*

1. Размещение транспортного средства на месте разгрузки.
2. Подготовка груза, контейнера и транспортного средства к разгрузке:
  - а) открытие дверей, люков, бортов, снятие тентов;
  - б) подготовка к работе установленных на транспортном средстве механизированных загрузочно-разгрузочных устройств и механизмов, а также снятие и приведение в нерабочее состояние крепежных, стопорных и защитных приспособлений, устройств и механизмов.

### 3. Разгрузка груза из транспортного средства:

- а) съём груза, контейнера из транспортного средства;
- б) демонтаж крепежных, стопорных и защитных приспособлений, устройств и механизмов.

### 4. Подготовка разгруженного транспортного средства к движению:

- а) очистка, промывка и дезинфекция транспортного средства;
- б) закрытие дверей, люков, бортов транспортного средства, подготовка загрузочно-разгрузочных, крепежных, стопорных и защитных приспособлений, устройств и механизмов к движению транспортного средства.

Погрузка осуществляется грузоотправителем, а выгрузка из транспортного средства и контейнера — грузополучателем, если иное не предусмотрено договоренностью сторон. Погрузка груза в транспортное средство и контейнер осуществляется таким образом, чтобы обеспечить безопасность перевозки груза и его сохранность, а также не допустить повреждение транспортного средства и контейнера.

При перевозке груза в таре или упаковке, а также штучных грузов их масса определяется грузоотправителем с указанием в транспортной накладной количества грузовых мест, массы нетто (брутто) грузовых мест в килограммах, размеров (высота, ширина и длина) в метрах, объема грузовых мест в кубических метрах. Масса груза определяется взвешиванием либо расчетом на основании данных геометрического объема согласно объему загружаемого груза и (или) технической документации на него.

Загрузка автотранспорта должна производиться до полного использования его вместимости, но не превышать грузоподъемности автомобиля. При перевозках легковесных грузов принимаются меры, позволяющие повысить использование грузоподъемности подвижного состава (наращивание бортов автомобиля и т. п.).

Во избежание товарных потерь при перевозках следует соблюдать правила укладки товаров, температурные режимы, сроки доставки, применять тару, соответствующую перевозимым грузам.

Укладку грузов надо производить плотно, чтобы улучшить использование емкости транспорта, избежать перемещения груза по кузову и ударов о борта во время движения.

Запрещается производить погрузку во время дождя, если места погрузки не оборудованы навесами.

На упаковке товаров обязательно должна быть транспортная маркировка, содержащая манипуляционные знаки (изображения, указывающие на способы обращения с грузом) или предупредительные надписи (“Открывать здесь”, “Осторожно, хрупкое!”, “Беречь от влаги”, “На верх не ставить” и др.).

Особая осторожность нужна при перевозке хрупких, легко бьющихся изделий. При укладке в кузов ящиков со стеклом и посудой между бортом и задними ящиками устанавливают распорки, чтобы избежать ударов о борт.

Не допускается совместная перевозка пищевых продуктов с остропахнущими товарами, перевозка хлеба с другими товарами. Следует разграничивать перевозку сырых и готовых к употреблению продуктов.

Нежелательно одновременно перевозить пищевые продукты и непродовольственные товары. Если же этого нельзя избежать, следует тщательно изолировать их друг от друга.

По окончании погрузки кузова крытых транспортных средств и контейнеры, предназначенные одному грузополучателю, должны быть опломбированы, если иное не установлено договором перевозки груза. Опломбирование кузовов транспортных средств и контейнеров осуществляется, как правило, грузоотправителем. Оттиск пломбы должен иметь контрольные знаки (сокращенное наименование владельца пломбы, торговые знаки или номер тисков) или уникальный номер. Сведения об опломбировании груза (вид и форма пломбы) указываются в транспортной накладной. Пломбы, навешиваемые на кузова транспортных средств, фургоны, цистерны или контейнеры, их секции и отдельные грузовые места, не должны допускать возможности доступа к грузу и снятия пломб без нарушения их целостности.

Доставка груза и его выдача перевозчиком грузополучателю производится по адресу, указанному грузоотправителем.

лем в транспортной накладной, в срок, установленный договором перевозки груза. В случае если в договоре перевозки груза сроки не установлены, доставка груза осуществляется:

- в городском, пригородном сообщении — в суточный срок;

- в междугородном или международном сообщениях — из расчета одни сутки на каждые 300 км расстояния перевозки.

Перевозчик обязан проинформировать грузоотправителя и грузополучателя о задержке доставки груза. Если иное не установлено договором перевозки груза, грузоотправитель и грузополучатель вправе считать груз утраченным и потребовать возмещения ущерба за утраченный груз, если он не был выдан грузополучателю по его требованию:

- в течение 10 дней со дня приема груза для перевозки — при перевозке в городском и пригородном сообщениях;

- в течение 30 дней со дня, когда груз должен был быть выдан грузополучателю, — при перевозке в междугородном сообщении.

В случае повреждения или порчи груза, произошедших в процессе перевозки по вине перевозчика, если использование груза по прямому назначению невозможно, грузополучатель вправе отказаться от принятия груза и потребовать от перевозчика возмещения ущерба.

Если грузополучатель отказывается принять груз по причинам, не зависящим от перевозчика, последний вправе доставить груз по новому адресу, указанному грузоотправителем (переадресовка груза), или при невозможности доставки груза по новому адресу вернуть груз грузоотправителю с соответствующим предварительным уведомлением. Расходы на перевозку груза при его возврате или переадресовке возмещаются за счет грузоотправителя.

При подаче транспортного средства под выгрузку грузополучатель отмечает в транспортной накладной в присутствии перевозчика (водителя) фактические дату и время подачи транспортного средства под выгрузку, а также состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования, массу груза и количество грузовых мест. Проверка массы груза и количества грузовых мест, а также выдача груза грузополу-



чательно осуществляются в порядке, предусмотренном Уставом автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта.

После выгрузки грузов транспортные средства и контейнеры должны быть очищены от их остатков, а после перевозки отдельных грузов (например, муки, соли поваренной, скоропортящихся и других грузов) промыты и при необходимости продезинфицированы грузополучателями. По согласованию с грузополучателем указанные работы за плату вправе выполнить перевозчик.

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по перевозке грузов стороны несут ответственность, предусмотренную Гражданским кодексом РФ, Уставом автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта, а также договором перевозки груза.

Обстоятельства, являющиеся основанием для возникновения ответственности перевозчиков, грузоотправителей, грузополучателей при перевозках грузов или предоставлении транспортных средств для перевозок грузов, удостоверяются актами.

Актируются следующие случаи:

- невывоз по вине перевозчика груза, предусмотренного договором перевозки груза;
- непредоставление транспортного средства и контейнера под погрузку;
- утрата или недостача груза, повреждение (порча) груза;
- непредъявление для перевозки груза, предусмотренного договором перевозки груза;
- отказ от пользования транспортным средством, предоставляемым на основании договора фрахтования;
- просрочка доставки груза;
- задержка (простой) транспортных средств, предоставленных под погрузку и выгрузку;
- задержка (простой) контейнеров, принадлежащих перевозчику и предоставленных под погрузку.

В транспортной накладной, путевом листе и сопроводительной ведомости делается отметка о составлении акта. Она должна содержать краткое описание обстоятельств, послуживших причиной возникновения ответственности.

живших основанием для ее проставления, и размер штрафа. Размер штрафа за задержку (простой) транспортных средств, поданных под погрузку, выгрузку, установлен Уставом.

В соответствии с требованиями Устава автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта до предъявления к перевозчику иска, вытекающего из перевозки груза, обязательно предъявление ему *претензии*.

Претензии предъявляются перевозчикам по месту их нахождения в письменной форме в течение срока исковой давности, установленного Уставом, т. е. не позднее одного года со дня наступления события, послужившего основанием для предъявления претензии.

К претензионному заявлению должны быть приложены документы, подтверждающие претензию, а к претензии в отношении утраты, недостачи, порчи или повреждения груза — еще и документ, удостоверяющий его количество и стоимость.

Автотранспортная организация обязана рассмотреть заявленную претензию и письменно уведомить заявителя об удовлетворении или отклонении ее в тридцатидневный срок со дня получения претензии.

Иски грузоотправителей и грузополучателей к перевозчикам, вытекающие из перевозки грузов, могут быть предъявлены только в случаях их полного или частичного отказа удовлетворить претензию либо неполучения от них ответа в течение тридцати дней со дня получения ими претензии.

Постоянный рост объемов перевозок товаров автомобильным транспортом, в том числе принадлежащим торговым организациям, вызывает необходимость более эффективного его использования. К числу факторов, определяющих более интенсивное использование автомобильного транспорта, относятся:

- улучшение использования грузоподъемности транспортных средств;
- повышение коэффициента сменности работы транспорта;
- сокращение простоев;
- улучшение использования пробега;
- ускорение погрузочно-разгрузочных работ.

Для оценки эффективности работы автомобильного транспорта используются технико-экономические показатели.

Так, использование парка подвижного состава можно оценить при помощи коэффициентов технической готовности и выпуска.

Коэффициент технической готовности подвижного состава к работе ( $K_r$ ) определяется по формуле

$$K_r = \frac{АД_r}{АД_c},$$

где  $АД_r$  — автомобиле-дни в готовом для эксплуатации состоянии;

$АД_c$  — списочные автомобиле-дни подвижного состава в автохозяйстве.

Коэффициент выпуска подвижного состава ( $K_b$ ) можно определить по формуле

$$K_b = \frac{АД_э}{АД_c},$$

где  $АД_э$  — число автомобиле-дней эксплуатации.

Указанные показатели можно улучшить за счет повышения уровня технической готовности автомобилей, постоянно обновляя парк подвижного состава, своевременно проводя профилактические и ремонтные мероприятия.

Для определения степени использования грузоподъемности транспортных средств можно применить статический и динамический коэффициенты.

Статический коэффициент ( $K_c$ ) определяется отношением

$$K_c = \frac{Q_{\phi}}{Q_n},$$

где  $Q_{\phi}$  — количество фактически перевезенного груза;

$Q_n$  — номинальная грузоподъемность автомобиля.

Динамический коэффициент ( $K_d$ ) определяется отношением

$$K_d = \frac{P_{т.ф.}}{P_n},$$

где  $P_{т.ф.}$  — фактическая транспортная работа, ткм;

$P_n$  — количество тонно-километров, которое можно было выполнить при полном использовании номинальной грузоподъемности автомобиля.

Улучшению использования грузоподъемности автотранспортных средств в значительной степени способствует применение рациональных приемов размещения грузов в кузове автомобиля, хорошо продуманная разработка маршрутов их доставки.

Важное условие роста эффективности использования автотранспорта — повышение сменности его работы, чего можно добиться путем продления времени работы экспедиционных складов и диспетчерских служб, а также созданием условий для ночного завоза товаров на торговые предприятия.

## **§ 8.4. Перевозка грузов морским транспортом**

Морской транспорт играет важную роль в эффективном функционировании единой транспортной системы страны. Он обладает большой универсальностью, высокой пропускной способностью и низкой себестоимостью.

Организация перевозки грузов морским транспортом регламентируется Кодексом торгового мореплавания РФ, а также издаваемыми в соответствии с ним другими федеральными законами, указами Президента и постановлениями Правительства РФ.

Под торговым мореплаванием понимается деятельность, связанная с использованием судов для перевозок грузов, пассажиров и их багажа, а также для иных целей (рыболовства, защиты и сохранения морской среды и т. д.).

Правила, установленные Кодексом торгового мореплавания, распространяются на морские суда во время их плавания

как по морским путям, так и по внутренним водным путям, если иное не предусмотрено международным договором Российской Федерации или законом, а также на суда внутреннего и суда смешанного (река–море) плавания во время их плавания по морским путям.

Под судном следует понимать самоходное или несамоходное плавучее сооружение, используемое в целях торгового мореплавания.

*Перевозчиком* грузов на морском транспорте является лицо, которое заключило договор морской перевозки с отправителем или фрахтователем или от имени которого заключен такой договор.

*Фрахтователем* считается лицо, которое заключило договор морской перевозки груза с условием предоставления для перевозки груза всего судна, его части или определенных судовых помещений (чартер).

*Отправителем* является лицо, которое заключило договор морской перевозки груза не на чартерных условиях, а также любое лицо, которое сдало груз перевозчику от своего имени.

По договору морской перевозки груза перевозчик обязуется доставить груз, который ему передал или передаст отправитель, в порт назначения и выдать его получателю. Отправитель или фрахтователь обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату (фрахт). Договор должен быть заключен в письменной форме.

Наличие и содержание морской перевозки груза могут подтверждаться чартером, коносаментом или другими письменными доказательствами.

*Чартер* должен содержать наименование сторон, название судна, указание на род и вид груза, размер фрахта, наименования места погрузки груза и места назначения или направления судна. Стороны могут договориться о включении в чартер иных условий и оговорок. Чартер подписывается перевозчиком и фрахтователем или их представителями. Фрахтователь вправе с согласия перевозчика уступить свои права по договору морской перевозки груза третьим лицам. В этом случае фрахтователь, а также третье лицо, которому

он уступил свои права, несет перед перевозчиком солидарную ответственность за неисполнение договора морской перевозки груза.

При осуществлении систематических морских перевозок грузов перевозчик и грузовладелец могут заключать долгосрочные договоры об организации морских перевозок грузов. Перевозка же конкретной партии груза должна осуществляться в соответствии с договором морской перевозки груза, заключенным на основе долгосрочного договора.

До начала рейса, заблаговременно перевозчик обязан привести судно в мореходное состояние: обеспечить техническую годность судна к плаванию, надлежащим образом снарядить его, укомплектовать экипажем и снабдить всем необходимым, а также привести трюмы и другие помещения, в которых перевозится груз, в состояние, обеспечивающее надлежащий прием, перевозку и сохранность груза.

Перевозчик обязан при перевозке груза по чартеру подать судно в указанное фрахтователем место погрузки груза. Такое место должно быть безопасным и пригодным для погрузки. Таким считается место, которого судно может достичь без опасностей, в котором может находиться, оставаясь на плаву, и из которого может выйти с грузом.

При перевозке груза по чартеру перевозчик обязан подать судно в обусловленный чартером срок. В случае неподачи судна в обусловленный срок фрахтователь вправе отказаться от договора морской перевозки груза и потребовать возмещения убытков.

Перевозчик обязан в письменной форме уведомить фрахтователя или отправителя, если он указан фрахтователем, о том, что судно готово или будет готово в определенное время к погрузке груза. День и час подачи уведомления определяется соглашением сторон.

Срок, в течение которого перевозчик предоставляет судно для погрузки и держит его под погрузкой без дополнительных к фрахту платежей, называется *сталийным временем*. Оно определяется соглашением сторон, а при отсутствии такого соглашения — сроками, обычно принятыми в порту погрузки.

Сталийное время исчисляется в рабочих днях, часах и минутах начиная со следующего дня после подачи уведомления о готовности судна к погрузке груза. В него не включают время, в течение которого погрузка груза не проводилась по причинам, зависящим от перевозчика, либо вследствие непреодолимой силы или гидрометеорологических условий, создающих угрозу сохранности груза или препятствующих его безопасной погрузке.

Соглашением сторон может быть установлено *контрсталийное время*, которое наступает по окончании сталийного времени. Это дополнительное время ожидания. Продолжительность такого времени при отсутствии соглашения определяется сроками, обычно принятыми в порту погрузки.

Размер платы, причитающейся перевозчику за простой судна в течение контрсталийного времени (демередж), определяется соглашением сторон или по ставкам, обычно принятым в соответствующем порту, или расходами на содержание судна и его экипажа, если такие ставки отсутствуют.

Соглашением сторон может быть установлено вознаграждение фрахтователю за окончание погрузки до истечения сталийного времени (диспач).

По истечении контрсталийного времени перевозчик имеет право отправить судно в плавание, даже если весь условленный груз не погружен на судно по причинам, не зависящим от перевозчика, сохраняя при этом право на получение полного фрахта.

За задержку судна сверх контрсталийного времени фрахтователь обязан возместить перевозчику причиненные убытки, если задержка судна произошла по причинам, не зависящим от перевозчика.

Грузы, нуждающиеся в таре и упаковке для обеспечения их полной сохранности при перевозках, должны предъявляться для перевозок в исправной таре и упаковке. Тара и упаковка, на которые установлены обязательные требования или для которых установлены технические условия, должны соответствовать им. Такие требования применяются также и к предъявляемым отправителем контейнерам. Груз должен иметь соответствующую маркировку, отправитель обя-

зан предоставить перевозчику необходимые сведения о нем (о свойствах груза и т. д.).

Отправитель должен своевременно передать перевозчику все требуемые в соответствии с портовыми, таможенными, санитарными или иными административными правилами касающиеся груза документы и несет ответственность перед ним за убытки, причиненные вследствие несвоевременной передачи, недостоверности или неполноты таких документов.

Приняв груз к перевозке, перевозчик обязан по требованию отправителя выдать ему *коносамент* — документ, подтверждающий прием груза для перевозки. В него должны быть включены следующие данные:

- 1) наименование перевозчика и место его нахождения;
- 2) наименование порта погрузки согласно договору морской перевозки груза и дата приема груза перевозчиком в порту погрузки;
- 3) наименование отправителя и место его нахождения;
- 4) наименование порта выгрузки согласно договору морской перевозки груза;
- 5) наименование получателя, если он указан отправителем;
- 6) наименование груза, необходимые для идентификации груза основные марки, указание в соответствующих случаях на опасный характер или особые свойства груза, число мест или предметов и масса груза или обозначенное иным образом его количество. При этом все данные указываются так, как они представлены отправителем;
- 7) внешнее состояние груза и его упаковки;
- 8) фрахт в размере, подлежащем уплате получателем, или иное указание на то, что фрахт должен уплачиваться им;
- 9) время и место выдачи коносамента;
- 10) число оригиналов коносамента, если их больше чем один;
- 11) подпись перевозчика или действующего от его имени лица.

По соглашению сторон в коносамент могут быть включены иные данные и оговорки.



Коносамент, подписанный капитаном судна, считается подписанным от имени перевозчика.

Отправитель имеет право потребовать от перевозчика выдачи вместо коносамента *морской накладной* или иного документа, подтверждающего прием груза для перевозки.

После погрузки груза на борт судна, перевозчик по требованию отправителя должен выдать ему *бортовой коносамент*, в котором в дополнение к уже перечисленным данным, должно быть указано, что груз находится на борту определенного судна или судов, а также должна быть указана дата (даты) погрузки груза.

Если перевозчик до погрузки груза на борт судна выдал отправителю коносамент (морскую накладную и т. д.), отправитель должен по просьбе перевозчика возвратить его в обмен на бортовой коносамент.

По желанию отправителя ему может быть выдано несколько экземпляров (оригиналов) коносамента.

Перевозчик обязан доставить груз в срок и маршрутом, которые установлены соглашением сторон, если соглашение отсутствует, то в срок, который разумно требовать от заботливого перевозчика с учетом конкретных обстоятельств, и обычным маршрутом.

Кодексом торгового мореплавания РФ предусмотрены случаи отказа перевозчика, отправителя или фрахтователя от исполнения договора морской перевозки груза.

Груз, перевозка которого осуществлялась на основании коносамента, выдается перевозчиком в порту выгрузки при предъявлении оригинала коносамента.

При получении груза получатель обязан возместить расходы, произведенные перевозчиком за счет груза, внести плату за простой судна в порту выгрузки, а также уплатить фрахт и внести плату за простой судна в порту погрузки, если это предусмотрено коносаментом или другим документом, на основании которого осуществлялась перевозка груза.

При фактической или предполагаемой утрате либо повреждении груза получатель и перевозчик обязаны предоставлять друг другу возможность проводить осмотр груза или

проверку его состояния до выдачи груза получателю. Расходы на осмотр груза или проверку его состояния несет тот, кто потребовал осмотра или проверки.

Все платежи, причитающиеся перевозчику, уплачиваются отправителем или фрахтователем. Размер фрахта устанавливается соглашением сторон.

Кодексом торгового мореплавания РФ установлена ответственность перевозчика, отправителя и фрахтователя в связи с перевозкой грузов, а также порядок исчисления размера ответственности перевозчика за утрату или повреждение груза.

В случае возникновения обстоятельств, которые могут служить основанием для ответственности одной из сторон, составляется *коммерческий акт* или акт общей формы. С помощью коммерческого акта удостоверяется:

- несоответствие между наименованием, массой или количеством мест груза либо багажа в натуре и указанными в перевозочном документе данными;
- повреждение груза или багажа;
- обнаружение груза или багажа без документов, а также документов без груза или багажа;
- возвращение перевозчику похищенного груза или багажа.

Формы актов и порядок их составления устанавливаются правилами, издаваемыми федеральным органом исполнительной власти в области транспорта.

До предъявления перевозчику иска в связи с перевозкой груза в каботаже (между портами одной страны) обязательным является предъявление ему претензии в письменной форме. К ней должны быть приложены перевозочные документы, а также документы, подтверждающие право на предъявление претензии, и документы, удостоверяющие количество и стоимость отправленного груза. Претензия может быть предъявлена в течение срока исковой давности.

Перевозчик обязан рассмотреть претензию в течение тридцати дней со дня ее получения и уведомить заявителя об удовлетворении или отклонении ее.

## **§ 8.5. Перевозка грузов внутренним водным транспортом**

В отдельных районах страны для перевозки грузов, в том числе и товаров народного потребления, довольно широко применяется внутренний водный транспорт, представляющий собой производственно-технологический комплекс с входящими в него организациями, осуществляющими судоходство и иную связанную с ним деятельность на внутренних водных путях Российской Федерации.

К внутренним водным путям относятся естественные или искусственно созданные федеральные пути сообщения, обозначенные навигационными знаками или иным способом и используемые в целях судоходства (перевозки грузов, пассажиров и т. д.).

Порядок перевозки грузов внутренним водным транспортом определяется Кодексом внутреннего водного транспорта Российской Федерации. Он регулирует отношения между организациями внутреннего водного транспорта, грузоотправителями, грузополучателями и другими физическими и (или) юридическими лицами при осуществлении судоходства на внутренних водных путях Российской Федерации и определяет их права, обязанности и ответственность.

Отношения, связанные с деятельностью на внутреннем водном транспорте Российской Федерации, регулируются также соответствующими нормативными правовыми актами Президента, Правительства РФ и издаваемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами федеральных органов власти.

Государственное регулирование в области внутреннего водного транспорта осуществляется федеральным органом исполнительной власти в области транспорта непосредственно либо через находящиеся в его ведении государственные организации, а также другими федеральными органами исполнительной власти в пределах предоставленных им полномочий.

Федеральный орган исполнительной власти в области транспорта утверждает в установленном порядке в пределах своей компетенции правила и другие нормативные правовые

акты, регулирующие связанные с судоходством, перевозкой и переработкой грузов, содержанием и использованием внутренних водных путей отношения и обязательные для исполнения организациями всех организационно-правовых форм и форм собственности и физическими лицами.

Перевозки грузов, их погрузка и выгрузка, оказание услуг в речных портах, услуг по использованию инфраструктуры внутренних водных путей и других услуг внутреннего водного транспорта осуществляются на платной основе. Провозная плата устанавливается перевозчиком.

Перевозки грузов осуществляются на основании договоров перевозок грузов в соответствии с заявками грузоотправителей и договорами об организации перевозок грузов, а также по мере предъявления их для перевозок.

Заключение *договора перевозки груза* подтверждают составленная в соответствии с требованиями правил перевозок грузов транспортная накладная и оформленные на ее основании дорожная ведомость и квитанция о приеме груза для перевозки. Стороны договора перевозки груза вправе предусмотреть применение *коносамента* в качестве транспортного документа, выдаваемого перевозчиком.

Договор перевозки груза может быть заключен с условием предоставления для перевозки груза всего судна или его части (договор фрахтования).

При необходимости осуществления систематических перевозок грузов могут заключаться *договоры об организации перевозок грузов*, которыми устанавливаются объем, сроки и другие условия предоставления транспортных средств и предъявления грузов для перевозок, порядок расчетов, а также другие не предусмотренные Кодексом внутреннего водного транспорта РФ и правилами перевозок грузов условия организации перевозок грузов.

При наличии такого договора перевозки грузов в определенном рейсе осуществляются в соответствии с договором перевозки груза, заключенным на его основании.

До предъявления груза для перевозки грузоотправитель обязан подготовить его таким образом, чтобы обеспечить безопасность перевозки, сохранность груза, судна и контейнеров.

Транспортная тара и упаковка должны соответствовать обязательным требованиям, установленным в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании, а качество грузов — требованиям, предъявляемым к их качеству.

Предъявляя груз для перевозки, грузоотправитель должен представить перевозчику транспортную накладную и другие документы, предусмотренные соответствующими нормативными правовыми актами.

О приеме груза для перевозки перевозчик должен сделать в транспортной накладной отметку с помощью календарного штампера и выдать грузоотправителю квитанцию о приеме груза для перевозки.

На предъявляемые для перевозки тарные и штучные грузы, а также транспортные пакеты грузоотправитель обязан нанести соответствующую установленным требованиям маркировку.

В транспортной накладной указывается масса груза, определяемая грузоотправителем согласно трафарету, в соответствии со стандартами или путем взвешивания, а также количество грузовых мест. Масса груза путем взвешивания определяется грузоотправителем за его счет совместно с перевозчиком на весовых приборах грузоотправителя, перевозчика или организации, осуществляющей погрузку грузов в порту отправления. Грузы в контейнерах принимаются для перевозок в соответствии с массой, указанной грузоотправителем.

Подаваемые под погрузку суда и контейнеры должны быть в состоянии, пригодном для перевозок предъявляемого груза.

О времени прибытия судна в порт погрузки или выгрузки груза перевозчик должен известить соответственно грузоотправителя или грузополучателя не позднее чем за 24 часа до прибытия судна, а о времени подачи судна под погрузку или выгрузку груза не позднее чем за 6 часов до его подачи, если погрузка или выгрузка груза осуществляется грузоотправителем или грузополучателем.

Получивший извещение о прибытии судна грузоотправитель или грузополучатель обязан не позднее чем через 2 часа с момента его получения указать место, к которому должно быть подано судно под погрузку или выгрузку.

Подача под погрузку судна в состоянии, непригодном для перевозки определенного груза, приравнивается к неподаче судна.

Сроки погрузки и выгрузки судна исчисляются с момента его подачи к причалу. Порядок исчисления сроков загрузки и разгрузки судна устанавливается в соответствии с правилами перевозок грузов, если иное не предусмотрено договором перевозки груза.

Если погрузка груза осуществлялась грузоотправителем, то загруженные трюмы судов, контейнеры должны быть им опломбированы.

Плата за перевозку груза и иные причитающиеся перевозчику платежи вносятся грузоотправителем до момента отправления груза из порта, если иное не установлено соглашением сторон.

Сроки доставки грузов и правила их исчисления определяются правилами перевозки грузов.

Грузополучатель должен быть уведомлен перевозчиком о прибытии груза не позднее чем в 12 часов дня, следующего за днем прибытия груза, если его выгрузка является обязанностью перевозчика.

Груз выдается грузополучателю, указанному в транспортной накладной, или иному грузополучателю, оформленному в установленном порядке.

Порядок выдачи груза определяется правилами перевозки груза. Прибывший груз хранится в порту назначения бесплатно в течение суток, не считая дня прибытия груза.

Перевозчик и грузополучатель обязаны совместно проверить в порту назначения массу груза, прибывшего в неисправном судне или с неисправными запорно-пломбировочными устройствами, а также в случае прибытия груза с признаками частичной утраты или повреждения (порчи). Масса груза проверяется тем же способом, что и в порту отправления.

При исправности транспортной тары или пакетов груз выдается в соответствии с количеством грузовых мест или пакетов, без проверки его массы, если иное не предусмотрено договором перевозки груза.

Масса груза считается правильной, если разница между массой груза, определенной в порту отправления, и массой груза, определенной в порту назначения, не превышает нормы естественной убыли массы данного груза и нормы расхода в показаниях весовых приборов.

Если недостача, повреждение (порча) груза обнаружены в порту назначения, то перевозчик обязан определить размер фактической недостачи, повреждения (порчи) груза, а также суммы, на которую снизилась его стоимость. Расходы, связанные с определением фактической недостачи, повреждения (порчи) груза, а также суммы, на которую снизилась его стоимость, в том числе расходы на проведение независимой экспертизы, несет перевозчик.

В соответствии с правилами перевозок грузов грузоотправители могут предъявлять для перевозок грузы с объявленной ценностью, за что взимается плата по установленному тарифу.

Перевозки грузов могут осуществляться в прямом смешанном сообщении посредством взаимодействия внутреннего водного транспорта с другими видами транспорта (железнодорожным, морским, воздушным, автомобильным).

Они осуществляются по единому транспортному документу (транспортной накладной), составленному на весь путь следования грузов.

Порядок организации перевозок грузов в прямом смешанном сообщении определяется Кодексом внутреннего водного транспорта, а также заключенными в соответствии с законодательством Российской Федерации соглашениями между организациями соответствующих видов транспорта.

Правила перевозок грузов в прямом смешанном сообщении утверждаются федеральным органом исполнительной власти в области транспорта с последующей регистрацией таких правил в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Грузы, перевозимые в прямом смешанном сообщении, взвешиваются в пунктах перевалки грузов по требованию стороны, принимающей грузы, при передаче их с одного вида транспорта на другой на вагонных весах железными дорогами, на товарных весах — организациями, осуществляющими перевалку грузов в портах.

Тарные и штучные грузы, доставленные в пункт перевалки в исправных таре или пакетах, передаются с одного вида транспорта на другой без взвешивания по количеству грузовых мест.

При передаче грузов, перевозимых в контейнерах, должно быть проверено не только состояние контейнеров, но и исправность запорно-пломбировочных устройств.

Общий срок доставки груза в прямом смешанном сообщении определяется исходя из совокупности сроков их доставки внутренним водным транспортом и транспортом других видов и рассчитывается на основании правил исчисления сроков доставки грузов, действующих на соответствующем виде транспорта.

За несоблюдение сроков доставки грузов перевозчик уплачивает по требованию грузополучателя пени в размере 9% провозной платы за каждые сутки просрочки, но не более чем 50% провозной платы, если он не докажет, что несоблюдение срока доставки груза произошло вследствие обстоятельств, которые перевозчик не смог предотвратить и устранение которых от него не зависело.

Ущерб, причиненный перевозчиком при перевозке груза, возмещается перевозчиком в следующих случаях:

- утраты либо недостачи груза — в размере стоимости утраченного или недостающего груза;
- повреждения (порчи) груза — в размере суммы, на которую снизилась стоимость груза;
- утраты груза, сданного для перевозки с объявлением его ценности, — в размере объявленной стоимости груза.

За неправильное указание в транспортной накладной наименования груза, особых отметок и необходимых при перевозке груза мер предосторожности, за предъявление запрещенного для перевозки груза или за неправильное ука-



знание свойств груза с грузоотправителя взыскивается штраф в размере пятикратной платы за перевозку такого груза на все расстояние его перевозки независимо от возмещения вызванных данным обстоятельством убытков перевозчика.

За сверхнормативный простой судов и задержку возврата контейнеров с грузоотправителя, грузополучателя, отправителя и получателя буксируемого объекта, по вине которых они допущены, взыскивается штраф в следующих размерах:

- 0,5 размера минимального размера оплаты труда за 100 т грузоподъемности самоходного грузового судна в час;
- 0,07 размера минимального размера оплаты труда за 100 т грузоподъемности несамоходного грузового судна в час;
- одного минимального размера оплаты труда за 100 кВт мощности буксирного судна в час.

Грузоподъемность судна менее чем 50 т и мощность двигателя судна менее чем 50 кВт не учитываются, грузоподъемность судна, равная 50 т и более, и мощность двигателя судна, равная 50 кВт и более, принимаются за целую сотню.

За несвоевременную оплату перевозки груза или буксировки буксируемого объекта с грузоотправителя или отправителя буксируемого объекта взыскиваются пени в пользу перевозчика или буксировщика в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В случае образования задолженности по оплате за перевозку груза, доставленного в порт назначения, выдача его может быть задержана, если это не приведет к порче груза, до уплаты всех платежей, в том числе пеней за просрочку платежей, или до предоставления гарантий в соответствии с законодательством Российской Федерации.

За неочистку судов или контейнеров после выгрузки грузов грузовладелец обязан уплатить перевозчику стоимость работ по их очистке в двукратном размере. Перевозчик имеет право отказаться от уборки от причала неочищенных судна или контейнера впредь до выполнения грузовладельцем работ по их очистке.

За повреждение судна, контейнера или средств паке-тирования с виновной стороны взыскивается стоимость необходимого ремонта.

Обстоятельства, являющиеся основанием для имущественной ответственности сторон по перевозкам грузов, удостоверяются *коммерческим актом*, составляемым перевозчиками по заявлениям грузоотправителей и грузополучателей. Его форма и правила составления устанавливаются правилами перевозок грузов. Коммерческий акт служит для удостоверения:

- несоответствия фактического наименования груза, его массы или количества грузовых мест указанным в перевозочном документе данным;
- повреждения (порчи) груза;
- обнаружения груза без перевозочного документа, а также перевозочного документа без груза;
- недостатки древесины и такелажа в поврежденных плотях;
- возвращения перевозчику похищенного груза.

Для удостоверения других обстоятельств составляются *акты общей формы*.

До предъявления иска в связи с перевозкой груза к перевозчику обязательным является предъявление к нему претензии. Претензия предъявляется по месту нахождения перевозчика. К ней должны быть приложены документы в подлинниках или надлежаще заверенные их копии, подтверждающие право заявителя на предъявление претензии.

Претензии к перевозчику могут быть предъявлены в течение срока исковой давности.

Перевозчик обязан рассмотреть полученную претензию и о результатах уведомить в письменной форме заявителя в течение 30 дней со дня получения претензии.

Иск к перевозчику может быть предъявлен в случае полного или частичного его отказа удовлетворить претензию либо в случае неполучения ответа перевозчика на полученную претензию в тридцатидневный срок.

Срок исковой давности по требованиям к перевозчику, возникшим в связи с осуществлением перевозок грузов, составляет 1 год. Иски перевозчиков к грузоотправителям или грузополучателям, возникшие в связи с осуществлением перевозок грузов, могут быть предъявлены в течение одного

года со дня наступления события, послужившего основанием для их предъявления.

## **§ 8.6. Особенности перевозки грузов воздушным транспортом**

На воздушном транспорте основным документом, регламентирующим перевозки, является Воздушный кодекс РФ. На его основе разработаны правила перевозок пассажиров, багажа и грузов.

Перевозка грузов осуществляется на основе договоров. По *договору воздушной перевозки груза* перевозчик обязуется доставить вверенный ему грузоотправителем груз в пункт назначения и выдать его грузополучателю, а грузополучатель обязуется оплатить воздушную перевозку груза.

При чартерных воздушных перевозках заключается договор фрахтования воздушного судна, по которому фрахтовщик предоставляет фрахтователю за плату для выполнения одного или нескольких рейсов одно или несколько воздушных судов либо часть воздушного судна для перевозки груза.

Договор воздушной перевозки груза удостоверяется *грузовой накладной*, форма которой устанавливается федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области транспорта.

Перевозчик может в одностороннем порядке расторгнуть договор воздушной перевозки груза в следующих случаях:

- нарушение грузовладельцем или грузоотправителем таможенных, санитарных и иных установленных законодательством Российской Федерации требований в части, касающихся воздушной перевозки, при междугородных воздушных перевозках также правилами, определенными соответствующими органами государства вылета, назначения или транзита;
- отказ грузовладельца, грузоотправителя выполнять требования, предъявляемые к ним федеральными авиационными правилами;
- наличие в грузе запрещенных к воздушной перевозке предметов или веществ.

В последнем из указанных случаев грузовладельцу, грузоотправителю возвращается провозная плата.

Перевозчик обязан доставить принятый к воздушной перевозке груз в установленный срок. Срок доставки груза определяется федеральными авиационными правилами или установленными перевозчиком правилами воздушных перевозок, если иное не предусмотрено договором перевозки груза.

Грузоотправитель имеет право в порядке, предусмотренном федеральными авиационными правилами или установленными перевозчиком правилами воздушных перевозок, получить обратно сданный к перевозке груз до его отправления, изменить в грузовой накладной грузополучателя до выдачи груза уполномоченному на его получение лицу, распорядиться грузом в случае непринятия его грузополучателем или невозможности выдачи его грузополучателю.

В случае изменения условий воздушной перевозки, предусмотренных договором, перевозчик обязан поставить об этом в известность грузоотправителя или грузополучателя и получить от них распоряжения относительно этого груза.

Перевозчик обязан уведомить грузополучателя о прибытии груза в сроки, предусмотренные федеральными авиационными правилами или установленными перевозчиком правилами воздушных перевозок, если иное не предусмотрено договором воздушной перевозки груза.

Грузополучатель обязан принять и вывезти груз. Он имеет право отказаться от получения поврежденного или испорченного груза, если будет установлено, что качество изменилось настолько, что исключается возможность полного или частичного его использования в соответствии с первоначальным назначением.

Если грузополучатель не востребовал прибывший груз в установленный срок либо отказался от его приема, перевозчик обязан уведомить об этом грузоотправителя, оставив груз у себя на хранение за счет средств грузоотправителя и на его риск.

Не полученный в установленный срок груз считается невостребованным и реализуется в порядке, определенном федеральными авиационными правилами.

Перевозчик несет ответственность перед грузовладельцем в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, а также договором воздушной перевозки груза.

За утрату, недостачу или повреждение (порчу) груза перевозчик несет ответственность в следующих размерах:

- за утрату, недостачу или повреждение (порчу) груза, принятого к воздушной перевозке с объявлением ценности, — в размере объявленной ценности;
- за утрату, недостачу или повреждение (порчу) груза, принятого к воздушной перевозке без объявления ценности, — в размере его стоимости, но не более шестисот рублей за килограмм веса груза.

За просрочку доставки груза в пункт назначения перевозчик уплачивает штраф в размере 25% установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда за каждый час просрочки, но не более чем 50% провозной платы, если не докажет, что просрочка имела место вследствие непреодолимой силы, устранения неисправности воздушного судна либо иных обстоятельств, не зависящих от перевозчика.

По требованию грузоотправителя или грузополучателя при предъявлении одним из них перевозочных документов перевозчик обязан составить *коммерческий акт*. С его помощью удостоверяются следующие обстоятельства:

- несоответствие фактического наименования, веса или количества единиц груза данным, указанным в перевозочном документе;
- повреждение (порча) груза;
- обнаружение груза без перевозочных документов либо перевозочных документов без груза.

До предъявления к перевозчику иска в случае нарушения договора воздушной перевозки груза перевозчику предъявляется заявление или претензия в аэропорту пункта отправления или в аэропорту пункта назначения по усмотрению заявителя. При этом отсутствие коммерческого акта не лишает заявителя права на предъявление претензии или иска.

Претензия к перевозчику при внутренних воздушных перевозках может быть предъявлена в течение шести меся-

цев. Перевозчик обязан рассмотреть ее в течение 30 дней с даты поступления претензии и в письменной форме уведомить грузоотправителя или грузополучателя об удовлетворении или отклонении претензии.

Срок исковой давности начинается на следующий день после получения грузоотправителем или грузополучателем ответа об отказе или частичном удовлетворении претензии, а в случае неполучения такого ответа — через 45 дней после получения претензии перевозчиком. Договором воздушной перевозки груза может быть установлен другой порядок исчисления начала течения срока исковой давности.

## **Глава 9. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

---

### **§ 9.1. Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения**

Под *товароснабжением розничной торговой сети* понимается система мероприятий, представляющая собой сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли.

Благодаря рационально организованному товароснабжению на розничных торговых предприятиях обеспечивается полнота и устойчивость ассортимента товаров, необходимый уровень товарных запасов, удовлетворение спроса населения, а также высокие финансово-экономические показатели работы торговых организаций и предприятий.

При организации товароснабжения предприятий розничной торговли должны учитываться следующие основные *требования*:

- источники и приемлемые формы снабжения должны определяться с учетом ассортимента и объема выпускаемых предприятиями промышленности и другими изготовителями товаров и их территориальной удаленности от снабжаемых предприятий торговли;
- завоз товаров должен осуществляться в соответствии со спросом населения и установленным для магазина ассортиментным перечнем;

- количество завозимых товаров должно определяться типом предприятия, его мощностью, характеризуемой объемом товарооборота и размерами торговых площадей. Особое значение имеет оснащенность торговых предприятий соответствующим торгово-технологическим оборудованием (холодильным оборудованием, различными емкостями и т. п.);

- величина единовременно доставляемой партии должна исчисляться с учетом имеющихся товарных запасов, объема среднесуточной реализации и установленной периодичности завоза;

- четко разработанная система товароснабжения должна обеспечивать минимальные издержки по завозу и хранению товаров.

Товароснабжение розничных торговых предприятий должно основываться на следующих основных *принципах*:

- планомерность;
- ритмичность;
- оперативность;
- экономичность;
- централизация;
- технологичность.

*Планомерность* означает, что процесс товароснабжения предприятий розничной торговли должен носить планомерный характер. Завоз товаров в магазины и другие пункты продажи должен осуществляться на основе плановых графиков с учетом их ассортиментного профиля.

*Ритмичность* снабжения предполагает завоз товаров через относительно одинаковые промежутки времени. Ритмичность доставки товаров в магазины способствует ускорению оборачиваемости товаров, созданию товарных запасов, необходимых для обеспечения бесперебойной работы на случай нарушения сроков завоза, исключает образование излишних товарных запасов. Кроме того, ритмичность товароснабжения предприятий розничной торговли обеспечивает оптимальные условия для работы складов, оптовых баз и транспортных предприятий. Она позволяет более эффективно использовать рабочую силу. При ритмичном товароснабжении рациональнее используются складские площади.



Для того чтобы определить, насколько ритмично осуществляется товароснабжение розничного торгового предприятия, можно использовать такой показатель, как коэффициент ритмичности снабжения ( $K_p$ ), который рассчитывается следующим образом:

$$K_p = \frac{\sum \Pi_{\phi}}{\sum \Pi_{\pi}},$$

где  $\Pi_{\phi}$  — фактическая поставка за исследуемый период (декаду, месяц и т. д.) в пределах графика (плана);

$\Pi_{\pi}$  — поставка по графику за каждый период времени.

Важным условием рациональной организации товароснабжения является его *оперативность*. Она предусматривает, что ритм завоза товаров должен нарастать или сокращаться в зависимости от изменений в спросе на них, сезонных и других колебаний.

Оптовые базы и другие предприятия, осуществляющие товароснабжение розничной торговой сети, должны оперативно учитывать эти изменения и вносить соответствующие коррективы, для чего им необходимо своевременно получать от розничных торговых предприятий информацию о ходе реализации товаров и состоянии товарных запасов.

*Экономичность* товароснабжения означает минимальные затраты рабочего времени, материальных и денежных средств на весь процесс доставки товаров в розничную торговую сеть. Это достигается эффективным использованием транспортных средств, механизацией погрузочно-разгрузочных работ, установлением рациональной звенности движения товаров, исключая лишние складские технологические операции на пути движения товаров от производства до потребителей, четким оформлением документов по отпуску и приемке товаров.

Таким образом, товароснабжение розничной торговой сети должно осуществляться на основе рациональных схем завоза товаров, которые разрабатываются с учетом минимизации грузооборота, оптимальной звенности, частоты доставки и размеров товарных партий.

*Централизация* предполагает товароснабжение розничных торговых предприятий силами и средствами предприятий-поставщиков. При этом работники магазинов хотя и несут ответственность за коммерческую сторону товароснабжения, но не отвлекаются от своей непосредственной работы по обслуживанию покупателей.

Товароснабжение должно осуществляться на основе использования на всех его этапах прогрессивных *технологических решений*. Большую роль здесь играют модульные таротранспортные системы, являющиеся основой индустриализации товароснабжения розничной торговой сети.

На организацию товароснабжения розничной торговой сети оказывают влияние многие факторы, важнейшие из которых следующие:

- уровень управления процессом товароснабжения;
- достоверность коммерческой информации, используемой для определения потребности в товарах;
- размещение сети розничных торговых предприятий;
- состояние и размещение складского хозяйства;
- транспортные условия;
- оснащенность предприятий розничной торговли торгово-технологическим оборудованием.

## **§ 9.2. Формы товароснабжения розничной торговой сети**

Значительная часть товаров завозится в розничную торговую сеть с оптовых предприятий. Такие товары, как хлеб и хлебобулочные изделия, молочные и мясные продукты и некоторые другие продовольственные товары повседневного спроса, поступают на предприятия розничной торговли непосредственно с производственных предприятий — хлебозаводов, пищекомбинатов и т. п. В крупные универсальные специализированные магазины транзитом с промышленных предприятий могут поступать и другие товары, в том числе и сложного ассортимента. В основной же массе товары сложного ассортимента (культтовары, одежда, обувь и т. д.) завозят в магазины со складов оптовых торговых предприятий.

В магазины товары также поступают с заготовительных предприятий, от личных подсобных и фермерских хозяйств, а также от лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью.

Выбор источников товароснабжения зависит от многих факторов. При этом учитываются ассортимент товаров, типы и размеры магазинов, объем товарооборота, возможность бесперебойного снабжения магазинов, количество звеньев товародвижения, скорость товарооборачиваемости и уровень транспортных расходов.

В зависимости от источников поступления товаров применяют транзитную или складскую форму товароснабжения розничной торговой сети.

При **транзитной форме** доставка товаров в магазины осуществляется непосредственно из производственных предприятий промышленности или сельского хозяйства. При такой форме ускоряется обращение товаров, сокращаются издержки обращения, снижаются товарные потери. Вместе с тем эта форма товароснабжения имеет ограниченное применение из-за измельченности и рассредоточенности розничной торговой сети. В основном она применяется по товарам простого ассортимента, а также по товарам, производство которых осуществляется в районах потребления (хлеб и хлебобулочные изделия, молоко и молочные продукты и т. п.).

При **складской форме** товары сложного ассортимента, нуждающиеся в предварительной подсортировке, завозятся в магазины со складов оптовых предприятий.

Выбрать оптимальные источники и формы товароснабжения розничных торговых предприятий можно с помощью разработки схем завоза по каждой товарной группе. Эти схемы определяют порядок движения товаров от промышленных предприятий, оптовых баз и других поставщиков до розничных торговых предприятий по каждой товарной группе, а в случае необходимости — по отдельным подгруппам товаров. Схемы предусматривают конкретный порядок завоза товаров на каждое розничное торговое предприятие.

Наряду со схемами завоза товаров с оптовых предприятий целесообразно разрабатывать схемы, предусматриваю-

щие поступление товаров на предприятия розничной торговли из других источников снабжения. В них определяют порядок завоза в магазины товаров местной промышленности, сельскохозяйственных продуктов. Это в первую очередь относится к завозу хлеба и хлебобулочных изделий, молочных и мясных продуктов и т. п.

### **§ 9.3. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия**

Основанием для завоза товаров на розничное торговое предприятие служит *заявка*. Она составляется по установленной форме. В ней указывают наименование товаров и основные их ассортиментные признаки (вид, сорт и т. д.), требуемое количество товаров. Заявку, составленную в двух экземплярах, подписывает заведующий или директор магазина, затем ее заверяют печатью и направляют поставщику для исполнения.

Товары могут доставляться в магазины и другие пункты продажи централизованным и децентрализованным методами.

**Децентрализованный метод** доставки товаров заключается в том, что выполнение всех операций по вывозу товаров со склада поставщика возлагается на предприятие розничной торговли. Применение этого метода ведет к росту издержек обращения за счет транспортных расходов, так как большинство магазинов не имеет собственных транспортных средств, нерациональному использованию грузоподъемности автотранспорта из-за его неполной загрузки. Кроме того, работники магазина вынуждены отвлекаться от выполнения своих функций по обслуживанию покупателей, особенно при большом числе поставщиков.

*Наиболее эффективный метод доставки товаров на розничные торговые предприятия — централизованный*, при котором доставка товаров осуществляется силами и средствами поставщика на основе заявок розничных торговых предприятий в согласованные сроки. Применение этого метода позволяет организовать более четкое снабжение мага-

зинов товарами, не отрывает работников розничных торговых предприятий от выполнения их основных функциональных обязанностей.

При рационально организованной централизованной доставке товаров эффективнее используются рабочая сила и транспорт, снижаются издержки обращения. Товары завозятся ритмично по графикам, благодаря чему в магазинах поддерживается стабильный ассортимент. Ускоряется оборачиваемость товаров, уменьшается их порча.

При централизованной доставке завоз товаров в розничную торговую сеть может осуществляться собственным транспортом поставщика или транспортом общего пользования. Если завоз товаров осуществляется автотранспортом общего пользования, то наряду с договором поставки, который заключается между поставщиком и покупателем, поставщик заключает договор с автотранспортным предприятием на перевозку грузов.

Оптовые предприятия и другие поставщики, осуществляющие централизованный завоз товаров, проводят следующие *подготовительные мероприятия*:

- анализируют расположение торговой сети, группируют предприятия розничной торговли по типам и объему товарооборота;
- рассчитывают грузооборот, оптимальные размеры поставки и частоту завоза товаров, потребность в транспортных средствах и многооборотной таре и разрабатывают рациональные маршруты доставки товаров;
- осуществляют подготовку механизмов, транспортных средств и оборудования экспедиционных складов и предприятий розничной торговли для рационального выполнения операций, связанных с доставкой товаров;
- устанавливают систему материальной ответственности сторон за выполнение условий централизованной доставки;
- рассчитывают эффективность применения централизованной доставки товаров и выявляют резервы ее повышения.

Анализируя дислокацию розничной торговой сети, обращают внимание на следующие данные: наименование, типы розничных торговых предприятий, среднемесячный рознич-

ный товарооборот, площадь торгового зала и помещений для хранения товаров, численность работников, режим работы магазина, расстояние от магазина до оптового предприятия или другого поставщика.

Грузооборот определяют на основе данных о товарообороте и средней цены 1 т товара.

Частоту и оптимальные размеры завозимых партий товара определяют для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов.

При определении частоты завоза товаров учитывают физико-химические свойства товаров, предельные сроки их реализации, среднесуточный объем продажи, размеры установленных неснижаемых товарных запасов и другие факторы. Так, хлебобулочные изделия должны завозиться в магазины ежедневно, другие продовольственные товары, имеющие небольшие предельные сроки реализации, — не реже чем через два–три дня. Непродовольственные товары, а также продовольственные товары с длительными сроками реализации могут завозиться один раз в семь–десять дней.

Количество заказываемых товаров должно полностью обеспечивать устойчивость ассортимента и бесперебойную их продажу до очередного завоза и вместе с тем исключать образование излишних запасов. При определении этого количества учитывают частоту завоза товаров и среднесуточную их реализацию, неснижаемые запасы и остатки товаров на день завоза.

Если составляется заявка на завоз товаров сложного ассортимента (готовое платье, обувь и др.), то количество изделий по размерам, расцветкам и другим признакам заказывают с учетом в продаже их удельного веса, выявленного по данным изучения спроса.

Определяя потребность в завозе скоропортящихся товаров, следует также учитывать вместимость имеющегося в магазине холодильного оборудования.

Товары-новинки, которыми магазин ранее не торговал и возможная среднесуточная реализация которых неизвестна, рекомендуется для начала заказывать небольшими пробными партиями.

Централизованная доставка товаров должна осуществляться по строго установленным графикам, представляющим собой расписание времени отборки и доставки товаров в магазины. В них указывают номера маршрутов, дни завоза, наименования торговых предприятий и их адреса, вид транспорта и часы доставки.

При составлении графиков учитывают размещение розничной торговой сети, объем завозимых товаров и периодичность их завоза, особенности эксплуатации используемого транспорта. Их согласовывают с товарополучателями.

Графики завоза товаров тесно связаны с *маршрутами централизованной доставки товаров*, разрабатываемыми оптовыми предприятиями. Их составление предусматривает более эффективное использование грузоподъемности транспортных средств и кратчайшие пути доставки товаров. Они бывают линейные и кольцевые.

*Линейные маршруты* используются для доставки товаров за один рейс в один магазин. По *кольцевым маршрутам* товары завозятся одним рейсом на несколько розничных торговых предприятий.

Маршруты доставки товаров разрабатывают с учетом территориального размещения сети розничных торговых предприятий. С этой целью составляют карту-схему размещения обслуживаемых оптовым предприятием розничных торговых предприятий и по ней определяют возможные транспортные связи между несколькими населенными пунктами, в которых расположены предприятия розничной торговли. При этом сначала составляют линейные маршруты, а затем формируют кольцевые. Маршруты составляются с учетом обеспечения оптимальных показателей работы транспортных средств.

Оптовые торговые предприятия, осуществляющие централизованную доставку товаров в розничную торговую сеть, должны правильно определять потребность в транспортных средствах и многооборотной инвентарной таре.

Основу расчетов потребности в транспортных средствах должны быть положены данные об объемах заявок розничных торговых организаций и предприятий, грузоподъем-

ности транспортных средств и среднем количестве рейсов. Потребность в транспортных средствах должна отвечать требованиям безусловного выполнения разработанных оптовым предприятием графиков и маршрутов централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.

Для определения потребности в отдельных видах инвентарной многооборотной тары может быть использована следующая формула:

$$Q_{\text{ит}} = \frac{Q_{\text{г}} \cdot t_{\text{об}}}{q_{\text{т}} \cdot a \cdot T_{\text{э}}},$$

где  $Q_{\text{ит}}$  — потребное количество инвентарной многооборотной тары;

$Q_{\text{г}}$  — количество подлежащего доставке груза, т;

$t_{\text{об}}$  — время оборота единицы тары, дни;

$q_{\text{т}}$  — грузопместимость тары, т;

$a$  — коэффициент использования грузопместимости тары;

$T_{\text{э}}$  — время эксплуатации тары в планируемом периоде (с учетом времени нахождения тары в ремонте), дни.

В системе мероприятий, направленных на обеспечение рациональной организации централизованного товароснабжения розничной торговой сети, важная роль принадлежит разработке технологических схем товароснабжения, основанных на применении взаимоувязанных транспортных систем. Так, все более широкое применение находят технологические схемы процесса товародвижения с использованием тары-оборудования. Они предусматривают выполнение следующих основных операций:

- комплектование ассортимента товаров для каждого магазина и укладка их в контейнер;
- зачехление и пломбирование контейнера;
- доставка и передача опломбированных контейнеров и сопроводительных документов в экспедицию оптового предприятия;
- группировка контейнеров по принятым маршрутам;
- оформление передачи загруженных контейнеров водителям транспортных средств;



- погрузка и крепление контейнеров в кузове транспортного средства;
- доставка контейнеров с товарами на розничное торговое предприятие;
- выгрузка контейнеров и перемещение их в зону приемки, хранения или в торговый зал магазина;
- оформление сдачи-приемки контейнеров с товарами;
- прием, погрузка и доставка на оптовое предприятие порожних контейнеров.

Внедрение товароснабжения по этой схеме требует соответствующей подготовленности как оптовых предприятий, так и магазинов. В частности, предприятия оптовой торговли должны располагать необходимым парком колесных контейнеров. Маршруты, в которые включены магазины, снабжаемые по технологической схеме с использованием тары-оборудования, должны обслуживаться автомобилями, оснащенными бортподъемниками. Соответствующим образом должны быть оборудованы места для приемки грузов в магазинах.

В последние годы многое сделано для внедрения тары-оборудования для доставки хлеба и хлебобулочных изделий, плодоовощной продукции, бакалейных и других товаров.

Для внедрения передовой технологии транспортирования, хранения и продажи товаров с применением тары-оборудования создаются опорные комплексы на базе предприятий-поставщиков и розничных торговых предприятий. Они создаются по следующим схемам: “оптовая торговая база — торговый зал магазина”, “хлебозавод — торговый зал магазина”, “овощекартофелехранилище — торговый зал магазина” и “промышленное предприятие — торговый зал магазина”.

Использование контейнерной доставки товаров в магазины позволяет существенно сократить численность работников, занятых переноской и перемещением товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли, упрощает организацию товароснабжения магазинов и в значительной степени облегчает внутримагазинное перемещение товаров, создает условия для более эффективной эксплуатации автотранспорта и торговой площади магазинов.

Наряду с тарой-оборудованием для доставки товаров в розничную торговую сеть используют специальную многооборотную ящичную и текстильную тару. При этом технологическая схема процесса товароснабжения будет отличаться от приведенной выше.

Для упрощения управления процессом товароснабжения могут быть использованы *технологические карты*, которые представляют собой детальную разработку важнейших составных элементов централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть. В них указывается не только день и время доставки товаров в магазин, но и номер автомобиля, обслуживающего маршрут, фамилия водителя, размер партий товара и другие данные.

Успешное функционирование системы товароснабжения розничной торговой сети требует оперативного сбора, обобщения и передачи коммерческим службам информации о состоянии торговли отдельными товарами на каждом розничном торговом предприятии. Оперативное управление товароснабжением розничной торговой сети возлагается на *диспетчерскую службу*.

Диспетчерская служба обеспечивает постоянную связь с розничной торговой сетью и оптовыми базами, осуществляющими товароснабжение. Она занимается сбором и обобщением информации, поступившей от магазинов, и оперативно передает ее коммерческой службе оптового торгового предприятия для принятия необходимого решения о завозе товаров.

## Глава 10. КЛАССИФИКАЦИЯ, ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

---

### § 10.1. Классификация и функции розничных торговых предприятий

Процесс обращения товаров и доведения их до непосредственных потребителей завершается в розничной торговой сети, которая представляет собой совокупность *розничных торговых предприятий*, т. е. предприятий торговли, осуществляющих продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

К предприятиям розничной торговли относят магазины и объекты мелкорозничной торговой сети.

*Магазин* — специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям. Магазины располагают комплексом торговых и неторговых помещений, необходимых для осуществления различных торгово-технологических операций. Это позволяет применять в них средства механизации трудоемких операций, создает благоприятные условия труда торговых работников, способствует повышению качества торгового обслуживания покупателей, предоставлению им дополнительных услуг. Поэтому желательно, чтобы в общей численности предприятий розничной торговли преобладали именно магазины.

К объектам мелкорозничной торговли относят нестационарные торговые объекты, предназначенные и используемые

для выкладки (демонстрации) товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров. Их подразделяют на павильоны, киоски, торговые автоматы, бахчевые развалы, елочные базары, передвижные (мобильные) и другие сооружения.

*Павильон* представляет собой временное сооружение с торговым залом и помещениями для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест продавцов.

*Киоск* — временное, оснащенное торговым оборудованием сооружение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас. В киосках реализуют мороженое, безалкогольные напитки, в том числе предназначенные для реализации в розлив, продукцию периодической печати, цветы и т.п.

*Бахчевой развал* — специально оборудованная временная конструкция, представляющая собой обособленную площадку для продажи сезонной бахчевой продукции. Площадка для продажи может быть оборудована ограждениями, сетками, корзинами, зонтами, тентами, навесами и т. п.

*Елочный базар* — специально оборудованная временная конструкция, представляющая собой обособленную площадку для новогодней (рождественской) продажи натуральных деревьев и веток деревьев хвойных пород (елок, сосен и др.).

*Торговый автомат* — стационарный некапитальный торговый объект, представляющий собой автоматическое устройство, предназначенное для продажи штучных товаров без участия продавца.

К передвижным (мобильным) сооружениям относят объекты развозной и разносной торговли, в том числе: автомагазины (автолавки, автоприцепы, автофургоны), автоцистерны, ручные тележки, торговые палатки, лотки, корзины и иные специальные приспособления.

*Автомагазины, автолавки, автофургоны* представляют собой автотранспортные средства (автомобили, автоприцепы, полуприцепы), рассчитанные на одно рабочее место продавца, на площади которых размещен товарный запас на один

день. Через эти средства реализуют сельскохозяйственную продукцию, непродовольственные товары и др.

*Автоцистерны* — изотермические емкости, установленные на автотранспортные средства и предназначенные для продажи живой рыбы и жидких продовольственных товаров в розлив (безалкогольные напитки и др.).

*Ручные тележки* — передвижные торговые объекты для осуществления разносной торговли, оснащенные колесным механизмом для перемещения товаров и используемые для продажи штучных и фасованных товаров. Для продажи мороженого и охлажденных напитков используют ручные тележки, оснащенные холодильным оборудованием, для продажи горячих изделий — ручные тележки, оснащенные изотермическими или подогреваемыми емкостями.

*Торговая палатка* — легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которой размещен товарный запас на один день торговли.

*Лоток* — передвижной торговый объект, осуществляющий разносную торговлю, не имеющий торгового зала и помещений для хранения товаров, представляющий собой легко возводимую сборно-разборную конструкцию, оснащенную прилавком, рассчитанную на одно рабочее место продавца, на площади которой размещен товарный запас на один день.

Предприятия розничной торговли подразделяют по следующим основным признакам:

- вид торгового объекта;
- особенности объемно-планировочного решения здания;
- специализация торговой деятельности;
- тип предприятия;
- размер торговой площади;
- применяемые методы продажи;
- способ организации торговой деятельности;
- организационно-правовые формы.

*По виду торгового объекта* розничные торговые предприятия подразделяются на стационарные и нестационарные.

*Стационарное* предприятие розничной торговли представляет собой здание или часть здания, строение или часть строения, прочно связанные фундаментом с землей и присоединенные к сетям инженерно-технического обеспечения.

*Нестационарное* предприятие розничной торговли — это временное сооружение или временная конструкция, не связанные прочно с земельным участком, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе передвижное (мобильное) сооружение. К нестационарным торговым объектам относят павильоны, киоски, палатки, торговые автоматы и иные временные торговые объекты; к нестационарным передвижным торговым объектам — лотки, атомагазины, автофургоны, автолавки, автоцистерны, тележки и т. п.

***С учетом особенностей объемно-планировочного решения*** предприятия розничной торговли можно подразделить на отдельно стоящие, встроенные, встроенно-пристроенные, пристроенные и торговые центры. Кроме того, различают магазины одноэтажные и многоэтажные, с подвальными помещениями или без них.

*Отдельно стоящие магазины* размещают в обособленных зданиях, построенных, как правило, по специально разработанным для них проектам. Все помещения *встроенного магазина* располагаются в габаритах жилого здания или здания иного назначения. Помещения *встроенно-пристроенного магазина* размещают не только в габаритах жилого здания, но и в объемах, вынесенных за эти габариты. *Пристроенным* называется магазин, ограждающая стена или стены которого являются общими или смежными со стенами жилого дома.

*Торговый центр* представляет собой совокупность торговых предприятий и предприятий по оказанию услуг (общественного питания и бытового обслуживания), размещенных на одной территории. Предприятия, входящие в его состав, спланированы, построены и управляются как единое целое. В границах торгового центра должна быть расположена стоянка для автомашин.

***По специализации торговой деятельности*** розничные торговые предприятия принято подразделять на универсальные,

специализированные и неспециализированные (в том числе комбинированные и смешанные).

Предприятия розничной торговли классифицируют на **типы** в зависимости от размера торговой площади, предлагаемого ассортимента товаров и применяемых методов их продажи.

**По размеру торговой площади** можно выделить магазины мелкие — от 18 до 250 м<sup>2</sup>, средние — от 251 до 1000, крупные — от 1001 до 4000 и особо крупные — свыше 4000 м<sup>2</sup>.

**По методам продажи товаров** различают предприятия с индивидуальным обслуживанием покупателей (через прилавок обслуживания), торгующие посредством самообслуживания, по образцам и др.

**С учетом способа организации торговой деятельности** розничные торговые предприятия бывают сетевые (входящие в состав торговых сетей), автономные, фирменные и др.

**В зависимости от формы собственности** предприятия розничной торговли подразделяются на частные, государственные, муниципальные, кооперативные и др.

На предприятиях розничной торговли производятся операции, связанные с доведением товаров непосредственно до населения. Торгово-технологический процесс в магазине состоит из целого комплекса взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций. Содержание и последовательность выполнения этих операций зависят от типа и величины магазина, его технической оснащенности, степени подготовленности к продаже поступивших в магазин товаров и других факторов.

К основным *торговым функциям* предприятий розничной торговли следует отнести:

- изучение покупательского спроса на товары;
- формирование ассортимента товаров;
- управление товарными запасами;
- составление заявок на завоз товаров;
- рекламирование товаров и услуг.

Основными *технологическими функциями* являются:

- приемка поступивших товаров по количеству и качеству;
- хранение товаров;

- выполнение операций, связанных с производственной доработкой товаров (фасовка, упаковка, маркировка и др.);
- внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров на торговом оборудовании в торговом зале;
- продажа товаров (предложение их покупателям, помощь в выборе и др.);
- выполнение расчетов с покупателями.

Кроме того, магазины выполняют функции, связанные с оказанием покупателям дополнительных услуг (предварительный прием заказов на товары, доставка купленных в магазине товаров на дом покупателю и т. д.).

Объем и характер выполняемых магазином функций будут зависеть от его типа и размера, хозяйственной самостоятельности, технической оснащенности, места расположения и других факторов. Например, магазин, обладающий полной хозяйственной самостоятельностью, кроме перечисленных выше функций выполняет также функции, связанные с оптовыми закупками товаров и расчетами за них, осуществляет управление и хозяйственное обслуживание подчиненных ему торговых единиц. Здесь, как правило, имеется больше возможностей для оказания широкого круга дополнительных услуг.

## **§ 10.2. Специализация и типизация магазинов**

Специализация и типизация магазинов являются одним из основных направлений упорядочения розничной торговой сети. Они позволяют эффективнее использовать материально-техническую базу торговли, рационально организовать товароснабжение, улучшить изучение спроса, повысить качество обслуживания населения.

*Специализация розничных торговых предприятий предусматривает их разделение по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров.*

По этому признаку все магазины можно разделить на три группы:

- 1) универсальные;



- 2) специализированные;
- 3) неспециализированные.

Товарный ассортимент *универсальных магазинов* включает большое число различных групп продовольственных и (или) непродовольственных товаров.

*Специализированные магазины* предлагают покупателям товары какой-либо одной товарной группы (одежда, ткани, молочные продукты) или в них может быть представлена часть какой-либо товарной группы (мужские костюмы, хлопчатобумажные ткани, сыры).

*Неспециализированные магазины* занимают промежуточное место между универсальными и специализированными, поскольку их ассортимент не столь широк, как у первых, и не столь узок, как у вторых. Кроме того, к неспециализированным относят магазины, предлагающие покупателям комбинированный и смешанный ассортимент товаров.

В магазинах с комбинированным ассортиментом товаров представлено несколько товарных групп, объединенных по потребительским комплексам (товары для детей, женщин, мужчин, молодежи, ветеранов) или по однородности спроса (диетические продукты, детское питание, предметы домашнего хозяйства, подарки). К комбинированным магазинам можно отнести и те, которые осуществляют торговлю товарами нескольких (двух-трех) групп, связанных общностью спроса (галантерея — парфюмерия — трикотаж, часы — ювелирные изделия, мясо — рыба).

В магазинах со смешанным ассортиментом товаров представлены как продовольственные, так и непродовольственные товары отдельных видов.

Необходимость специализации розничных торговых предприятий — следствие постоянного изменения ассортимента товаров, который нуждается в глубоком расчленении всей товарной массы на группы. В специализированных магазинах имеются лучшие условия для более тщательного изучения покупательского спроса, повышения квалификации торговых работников. Здесь имеется больше возможностей для предложения покупателям широкого ассортимента товаров в пределах одной или нескольких родственных товар-

ных групп, для более эффективного воздействия на производство товаров.

В то же время чрезмерно узкая специализация магазинов может отрицательно сказаться на торговом обслуживании населения, так как она может привести к территориальному удалению их от потребителей, что, в свою очередь, вызовет увеличение затрат времени на приобретение товаров. Кроме того, рассредоточенность товаров по нескольким магазинам усложняет совершение единой комплексной покупки.

Специализация магазинов по товарному признаку нашла более широкое распространение в городах, где довольно высокий уровень концентрации предприятий розничной торговли.

В сельской местности специализированные магазины создаются, как правило, на основе использования или реконструкции действующих торговых предприятий. Рост их численности сдерживается из-за рассредоточения магазинов по небольшим населенным пунктам.

Для определения *уровня специализации розничной торговой сети* рассчитывают коэффициент специализации ( $K_{\text{сп}}$ ) по формуле

$$K_{\text{сп}} = \frac{Q_{\text{сп}}}{Q_0},$$

где  $K_{\text{сп}}$  — коэффициент специализации;

$Q_{\text{сп}}$  — количество специализированных магазинов в населенном пункте или районе;

$Q_0$  — общее количество магазинов  $S_{\text{т.сп}}$  в населенном пункте или районе.

Уровень специализации может быть определен и путем отношения торговой площади специализированных магазинов ( $S_{\text{т.сп}}$ ) к общей торговой площади магазинов ( $S_{\text{т.о}}$ ):

$$K_{\text{сп}} = \frac{S_{\text{т.сп}}}{S_{\text{т.о}}},$$

или отношения розничного товарооборота специализированных магазинов ( $V_{\text{т.сп}}$ ) к товарообороту всех магазинов ( $V_{\text{т.о}}$ ):

$$K_{\text{сп}} = \frac{V_{\text{т.сп}}}{V_{\text{т.о}}}.$$

Рассчитав этот показатель приведенными тремя способами, можно составить более полное представление об уровне специализации розничной торговой сети в населенном пункте, районе и т. д.

На рациональное развитие розничной торговой сети, ее построение и размещение большое влияние оказывает **типизация** предприятий розничной торговли.

*Под типизацией понимают систему мероприятий, направленных на отбор технически совершенных и экономически эффективных типов магазинов.*

Типизация позволяет устранить излишнее многообразие типов магазинов и способствует более рациональному управлению розничной торговой сетью. Благодаря ей можно шире применять типовые решения по таким направлениям, как формирование товарного ассортимента, выбор торгово-технологического оборудования, внедрение рациональной организации труда и т. д.

К основным признакам, определяющим тип магазина, относятся:

- ассортимент реализуемых товаров;
- размер торговой площади;
- применяемые методы продажи товаров.

Типы торговых предприятий постоянно изменяются и совершенствуются под влиянием процессов, происходящих в экономике страны, научно-технического прогресса, социальных и других факторов.

Характеристики наиболее распространенных в настоящее время типов розничных торговых предприятий приведены в табл. 10.1.

### **§ 10.3. Торговые сети и принципы размещения розничных торговых предприятий**

В последние годы в России стали получать развитие *розничные торговые сети*, представляющие собой совокупность двух и более торговых предприятий, находящихся под общим управлением либо использующихся под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

# **ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МАГАЗИНОВ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ**

(по ГОСТ Р 51773-2009 “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”)

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
Универсальные магазины				
Гипермаркет	4000	Универсальный ассортимент продо- вольственных и не- продовольственных товаров преимуще- ственно повседневно- го спроса, в том числе под собствен- ными торговыми марками	Преимущественно самооб- служивание	Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Наличие цехов по производ- ству продукции общественного питания (полуфабрикатов, кулинарных, булочных, кон- дитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. До 40% площадей используют под размещение непродоволь- ственных товаров. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Универмаг	3500 — в городах,	Универсальный ассортимент непродовольственных	Самообслуживание; продажа товаров по образ-	Реализация широкого ассорти- мента непродовольственных

Продолжение табл. 10.1

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
	650 — в сельской местности	довольственных товаров	цам, по каталогам, по пред- варительным заказам; индивидуальное обслужи- вание покупателей через прилавков и др.	товаров, допускается наличие отдела продовольственных товаров (до 20% всего ассорти- мента). Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Магазин-склад	650	Универсальный про- ассортимент про- довольственных и (или) непродоволь- ственных товаров	Самообслуживание	Реализация товаров преимуще- ственно из транспортной тары и тары-оборудования (ящики, контейнеры и др.). Широкая зона обслуживания. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Универсам	200	Универсальный про- ассортимент про- довольственных и ограниченный ассортимент непродоволь-	Самообслуживание; индивидуальное обслужи- вание покупателей через прилавков	Возможно наличие мини-цехов по производству продукции общественного питания (по- луфабрикатов, кулинарных, бу- лочных, кондитерских изделий)

Продолжение табл. 10.1

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
		довольственных то- варов повседневного спроса, в том числе под собственными торговыми марками		и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Супермаркет	600	Универсальный ассортимент про- довольственных и неширокий ас- сортимент непро- довольственных товаров, в том числе под собственными торговыми марками	Самообслуживание; индивидуальное обслужи- вание покупателей через прилавок	Непродовольственные товары составляют не более 30% всего ассортимента. Наличие мини-цехов по про- изводству продукции обще- ственного питания (полуфабри- катов, кулинарных, булочных, кондитерских изделий и блюд) с соответствующими отделами по реализации. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Гастроном	400	Универсальный ассортимент про- довольственных товаров и узкий	Преимущественно инди- видуальное обслуживание покупателей через прила- вок с частичным самообслу- живанием	Гастрономические товары со- ставляют не менее 40% всего ассортимента. Наличие отдела по реализации

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не менее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
		ассортимент непродовольственных товаров		полуфабрикатов и кулинарных изделий
<b>Специализированные продовольственные магазины</b>				
Магазин "Хлеб", "Овощи-фрукты", "Рыба", "Мясо", "Колбасы", "Минеральные воды" и т. п.	18	Широкий ассортимент продовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией магазина	Самообслуживание; индивидуальное обслуживание покупателей через прилавок	Возможна реализация товаров дистанционным способом
<b>Специализированные непродовольственные магазины</b>				
Магазин "Одежда", "Обувь", "Ткани", "Электроприборы", "Хозяйственные товары", "Мебель", "Книги",	18	Широкий ассортимент непродовольственных товаров одной группы в соответствии со специализацией магазина	Самообслуживание; продажа товаров по образцам; индивидуальное обслуживание покупателей через прилавок	Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
<b>Неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом товаров</b>				
Магазин товаров повседневного спроса	60	Ограниченный ассортимент про- довольственных и непродовольствен- ных товаров частого спроса	Преимущественно самооб- служивание	Реализация социально значи- мых товаров потребительской корзины. Размещение, как правило, в радиусе шаговой доступности. Возможна реализация товаров дистанционным способом
Минимаркет	40 (но не более 50)	Узкий или ограни- ченный ассортимент продовольственных товаров, в том чис- ле гастрономиче- ские, кондитерские, винно-водочные то- вары, безалко-	Самообслуживание	–



Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
		гольные напит- ки, а также сопут- ствующие непродо- вольственные това- ры повседневного спроса		
<b>Неспециализированные магазины с комбинированным ассортиментом товаров</b>				
Торговый Дом	1000	Товарные ком- плексы предметов туалета и гарде- роба для мужчин, женщин и детей (одежда, обувь, ткани, галантерея, парфюмерия и др.); электротовары, предметы мебели, хозтовары и т. п.	Преимущественно самооб- служивание; продажа товаров по образ- цам, по каталогам, по пред- варительным заказам; индивидуальное обслужи- вание покупателей через прилавок	Многопрофильное предприятие торговли. Организованная стоянка для парковки автотранспорта. Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям
Товары для дома, для детей, для женщин, для мужчин, для	650	Комбинированный ассортимент това- ров для определен- ного контингента	Самообслуживание; продажа товаров по образ- цам, по каталогам, по пред- варительным заказам;	Возможна реализация товаров дистанционным способом. Оказание дополнительных услуг покупателям

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не менее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
молодежи, для новобрачных, для будущих мам, для новорожденных, для полных и т.п.		покупателей в соответствии со специализацией магазина	индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки и др.	
<b>Прочие неспециализированные магазины</b>				
Магазин "Продукты"	18	Узкий ассортимент продовольственных товаров повседневного спроса, в том числе хлеб, кондитерские и гастрономические товары, безалкогольные напитки	Индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки с частичным самообслуживанием	–
Магазин "Промтовары"	18	Узкий ассортимент непродовольственных товаров, в том числе одежда, обувь, галантерейные, парфюмерные, косметические товары и др.	Индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки	–

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не менее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
Комиссионный магазин	18	Узкий ассортимент непродовольственных товаров, в том числе антикварных	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки	Реализация непродовольственных товаров, в том числе бывших в употреблении, которые принимаются у населения на основании договоров комиссии
Стоковый магазин (магазин "Сток")	Не нормируется	Ограниченный ассортимент непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация морально устаревших непродовольственных товаров
Магазин "Секонд-хенд"	18	Узкий ассортимент непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация бывших в употреблении непродовольственных товаров
Магазин "Дисконт", "Cash&Carry", "Дискаунтер"	Не нормируется	Широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	Самообслуживание	Реализация товаров с невысоким уровнем наценки
Магазин "Бутик"	18	Ограниченный ассортимент модных непродовольственных товаров (одежда, обувь и др.) или продовольственных товаров редкого	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки	Реализация товаров с высоким уровнем наценки. Постоянное обновление ассортимента товаров, в том числе по сезонам, коллекциям, брендам и пр.

Окончание табл. 10.1

Тип магазина	Торговая площадь, м <sup>2</sup> , не ме- нее	Ассортимент реализуемых товаров	Методы продажи товаров	Отличительные особенности магазина
		спроса (коллекци- онные вина, фир- менный шоколад, кондитерские изде- лия и др.)		Оказание дополнительных услуг покупателям
Магазин-салон	18	Ограниченный ас- сортимент товаров одной группы (на- пример, автомоби- ли, обувь, одежда, цветы и др.)	Индивидуальное обслужи- вание покупателей через прилавок	Реализация товаров с высоким уровнем наценки. Постоянное обновление ассор- тимента товаров. Оказание дополнительных услуг покупателям

Различают транснациональные и общенациональные сети. Они могут образовываться в основном за счет:

- поглощения (покупки) существующей розничной торговой сети;
- занятия свободной ниши;
- агрессивного проникновения — покупки существующих субъектов, их модернизации и строительства новых магазинов;
- ассортиментного проникновения — создания специализированных торговых предприятий с отсутствующим на региональном рынке ассортиментом товаров и услуг.

Основными условиями создания розничных торговых сетей являются:

- концентрация аппарата управления сетью в едином центре;
- централизация коммерческой деятельности по закупкам товаров;
- сокращение коммерческих функций в магазинах и передача их менеджерам центра;
- внедрение количественно-стоимостного учета в торговой сети;
- оснащение магазинов, входящих в сеть, современными контрольно-кассовыми машинами;
- использование методов штрихового кодирования;
- внедрение информационной системы, соответствующей задачам выбранной модели управления.

При сетевой организации розничной торговли могут применяться различные модели управления.

Так, “инвестиционная” модель основана на создании инвестирующего и объединяющего финансового центра с самостоятельными объектами хозяйствования. При такой модели задачи управления в центре упрощены, а предприятия, входящие в сеть, могут быть более инициативными в плане коммерческой деятельности. Однако отсутствие консолидации закупочной деятельности, зависимость от качества работы коммерческих служб участников сети не позволяют полностью использовать преимущества сетевой организации розничной торговли.

В определенной степени этих недостатков лишена “холдинговая” модель, при которой центр определяет закупочную

политику, но объекты торговли самостоятельны в оперативном управлении. Такая модель позволяет более гибко управлять магазинами, но ей присущ чрезмерный рост аппарата управления и, как следствие, высокие издержки.

Наиболее эффективной моделью сетевой организации розничной торговли является “централизованная” модель. Она основана на том, что единый центр управления делегирует магазинам функции, минимально необходимые для участия в операциях, связанных с заказом, инвентаризацией и переоценкой товаров. Использование такой модели позволяет снизить издержки и более эффективно использовать аппарат управления при его концентрации в едином центре, но при этом должна быть обеспечена надежная связь с магазинами, входящими в сеть.

Наибольшая экономия технических и трудовых ресурсов обеспечивается при использовании так называемой лоточной модели управления, основанной на полной концентрации управления в центре и практически полном отсутствии функций управления в магазинах. Информационная система находится в центральном офисе, здесь же сосредоточен весь аппарат управления. При такой системе практически исключаются прямые поставки товаров в магазины.

На практике также может быть использована “гибридная” модель, при которой часть магазинов управляется централизованно, а другая часть может работать по “лоточному” или “холдинговому” принципу.

**Принципы размещения розничных торговых предприятий.** Розничная торговая сеть должна быть максимально приближена к населению. Наибольшее влияние на ее размещение оказывают тип населенного пункта и численность жителей, проживающих в нем.

При размещении магазинов **в городах** следует учитывать влияние градостроительных, транспортных, социальных и экономических факторов.

К *градостроительным факторам* следует отнести площадь города, форму плана и функциональное зонирование его территории, численность и плотность населения, размещение мест приложения труда, а также административных, культурных и спортивных центров.

*Транспортные факторы* включают направления и интенсивность основных потоков движения общественного и индивидуального транспорта.

К *социальным факторам* относятся необходимость достижения высокого качества торгового обслуживания населения и снижения времени, затрачиваемого им на посещение предприятий розничной торговли.

Обеспечение оптимального уровня доходности розничной торговой сети, возмещение затрат на ее строительство и эксплуатацию составляют основу *экономических факторов* размещения предприятий розничной торговли.

В основе рационального размещения сети розничных торговых предприятий в городах лежат принципы равномерности и группового размещения, а также ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания.

*Принцип равномерности* применим к однотипным предприятиям, в первую очередь к магазинам, торгующим товарами повседневного спроса и обслуживающим в основном постоянный контингент покупателей. Он предполагает равномерное размещение магазинов по всей территории города с учетом плотности населения.

*Принцип группового размещения* означает необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля (по продаже хлеба, овощей, молока, рыбы, мяса и т. д.) с целью обеспечения удовлетворения комплексного спроса на товары.

Не менее важным является *принцип ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания*. В соответствии с ним вся розничная торговая сеть подразделяется на магазины местного и общегородского значения, магазины в составе торговых центров и магазины, расположенные вдоль автомагистралей.

Магазины местного значения, или “удобные магазины”, располагаются в жилой зоне города (микрорайонах, жилых комплексах и т. д.) в пределах пешеходной доступности. В таких магазинах должен быть представлен универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров.

Магазины общегородского значения предназначены для обслуживания населения всего города, поэтому в их числе

должны быть и универсальные, и специализированные, и комбинированные магазины. В таких магазинах покупателям необходимо предоставить максимально широкий выбор как товаров, так и дополнительных услуг.

Магазины в составе торговых центров, как правило, предлагают покупателям универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров. Чаще всего такие центры размещают на пересечении крупных автомагистралей вне пределов интенсивной городской застройки.

Вдоль автомагистралей наряду с магазинами размещают и такие объекты мелкорозничной торговли, как павильоны, киоски и т. п.

Перспективным направлением развития розничной торговли в городах является создание сетей магазинов, включающих в свой состав гипермаркеты, супермаркеты и магазины-дискаунтеры.

При размещении розничных торговых предприятий **в сельских поселениях** учитывают функциональную значимость каждого населенного пункта и численность населения, проживающего в нем.

Так, в крупных и больших сельских поселениях (численностью населения свыше 5 тысяч человек и от 1 тысячи до 5 тысяч человек соответственно) розничная торговая сеть может состоять из универсамов, универмагов, специализированных магазинов по торговле продовольственными и непродовольственными товарами, магазинов “Современное домашнее хозяйство”, “Техника”, “Детский мир” и т. д.

В средних сельских поселениях (численностью населения от 200 человек до 1 тысячи человек) могут быть представлены в основном следующие типы магазинов: “Продукты”, “Промтовары”, “Товары повседневного спроса”.

В малых сельских поселениях (численностью населения до 200 человек) при невозможности создания стационарной розничной торговой сети торговое обслуживание населения должно осуществляться с помощью автомагазинов и других передвижных средств торговли. Кроме того, они могут применяться и при обслуживании мест массовых сельскохозяйственных и иных работ.



# Глава 11. УСТРОЙСТВО И ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАНИРОВОК МАГАЗИНОВ

---

## § 11.1. Требования к устройству магазинов

Здания, которые используют для размещения магазинов, классифицируют по следующим основным признакам:

- капитальности сооружения;
- размещению;
- особенностям объемно-планировочного решения;
- материалу стен и конструктивных элементов.

*По капитальности* торговые здания и сооружения подразделяют на два вида — капитальные и облегченные. Капитальные здания и сооружения представляют собой строгительные системы, имеющие замкнутый объем, прочно связанные фундаментом с земельным участком и подсоединенные к инженерным коммуникациям. Они служат для размещения магазинов, облегченные — для устройства мелкокоррозичных торговых предприятий.

*В зависимости от размещения* здания подразделяют на отдельно стоящие, встроенно-пристроенные, торговые комплексы. Отдельно стоящие здания специально предназначены для магазинов. Встроенно-пристроенные помещения находятся на первых этажах жилых домов или в пристроенных к ним специальных блоках. Торговые комплексы — совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров, оказывающих широкий набор услуг и объединенных единством хозяйственного обслуживания

торговой деятельности. В торговый комплекс наряду с магазинами входят предприятия общественного питания и т. д.

*В зависимости от особенностей объемно-планировочного решения* различают одноэтажные, многоэтажные с подвальными помещениями или без них торговые здания. Магазины, расположенные в одноэтажных зданиях без подвала, с точки зрения функционально-технологических решений наиболее просты и удобны в эксплуатации, так как в них упрощаются пути движения товаров, нет необходимости в устройстве лестниц и применении средств междуэтажного перемещения товаров. Они наиболее удобны для покупателей.

*По материалу стен и конструктивных элементов* торговые здания классифицируют на кирпичные, каменные, гипсоблочные, шлакоблочные, железобетонные и деревянные. Последние по степени огнестойкости относят к группе стораемых зданий. В современных условиях широкое внедрение получило строительство торговых зданий из сборных железобетонных конструкций индустриальным методом.

Для размещения магазинов и предприятий общественного питания могут быть использованы модульные торговые павильоны. Их можно устанавливать в виде конструкции “свод”. Особенностью этих конструкций является прозрачный или полупрозрачный свод в центре основного зала для магазина высотой до 3,5 м. С двух сторон от центрального свода расположены торговые модули.

Модули могут соединяться между собой и образовывать единые помещения значительной площади. Каждый модуль имеет мощный металлический каркас, оцинкованную двухскатную крышу со сливами. Боковые стены отделаны рифленным оцинкованным листом, окрашенным краской. Для внутренней отделки используется пластик или рифленный крашенный металлический лист. В качестве утеплителя используется экологически чистый негорючий и сверхтеплый материал “пеноизол”.

Окна и двери модулей могут быть с зеркальными тонированными стеклами.

Здания и сооружения, в которых размещают магазины, должны отвечать ряду технологических, архитектурно-строительных, экономических и санитарно-гигиенических требований.

*Технологические требования* предполагают такое устройство здания, которое создает возможность рациональной организации торгово-технологического процесса в магазине с применением современной техники и внедрением прогрессивных форм продажи товаров. С учетом технологических требований определяются состав помещений магазина, их размещение и взаимосвязь, схема движения товарных и покупательских потоков.

*Архитектурно-строительные требования* предполагают прочность здания, строительство индустриальными методами с использованием готовых элементов заводского изготовления, соответствующее оформление фасада и интерьера магазина. Архитектура здания должна гармонично сочетаться с окружающей застройкой.

*Экономические требования* предусматривают оптимизацию материальных и трудовых затрат не только в процессе строительства, но и при эксплуатации магазина. С этой целью строительство торговых зданий должно вестись из экономичных строительных материалов с использованием унифицированных деталей.

*Санитарно-гигиенические требования* определяют устройство систем вентиляции, отопления, освещения, водоснабжения и канализации. Они необходимы не только для создания надлежащих условий работы торгового персонала, но и для нормального осуществления торгово-технологического процесса в магазине. При помощи отопления и вентиляции создается оптимальная воздушно-влажностная среда и температура воздуха в помещениях. Во всех помещениях магазинов необходимо предусматривать освещение, обеспечивающее нормальный режим работы предприятий, а также дежурное освещение, которое должно автоматически выключаться и включаться в определенное время.

Особые требования предъявляются к генеральному плану и благоустройству участка, на котором размещен магазин.

Функциональная сторона генерального плана должна предусматривать зону для посетителей и хозяйственную зону.

*Зона для посетителей* предусматривает наличие нескольких подзон: подхода и ознакомления с витринами; отдыха; паркинга индивидуального транспорта. Все зоны долж-

ны быть благоустроены, чтобы создать благоприятные санитарно-гигиенические и комфортные условия для покупателей. Для беспрепятственного движения покупателей устраиваются тротуары. Их расположение и ширина должны быть удобными для обозрения витрин магазина. Для сезонной торговли необходимо предусматривать площадки для установки сборно-разборных павильонов и организации базаров. Постоянное расширение парка автотранспортных средств покупателей требует устройства у магазинов специальных стояночных площадок. Площадь стоянки транспорта покупателей отводится с учетом действующих строительных норм и правил.

Для подъезда автомашин с товарами, их маневрирования, а также для построек хозяйственного назначения создается *хозяйственная зона*. Как правило, от основной зоны она отделяется линией озеленения или тротуаром. Не рекомендуется устройство дворов и надворных построек. В хозяйственной зоне могут размещаться и технические сооружения (пожарные резервуары и т. п.).

## **§ 11.2. Состав и взаимосвязь помещений магазина**

Магазин должен располагать комплексом помещений, необходимых для рационального функционирования торгово-технологического процесса.

Состав и размеры помещений зависят от типа магазина и его общей площади.

*Совокупность помещений магазина в соответствующей их взаимосвязи составляет его технологическую планировку.* По функциональному назначению помещения подразделяют на следующие группы:

- торговые;
- для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже;
- подсобные;
- административно-бытовые;
- технические.

*Торговые помещения* занимают важнейшее место в общей совокупности помещений магазина. К ним относят торго-

вые залы, помещения приема и выдачи заказов, зал кафетерия, зал демонстрации новых товаров, помещения (зоны) для оказания дополнительных услуг покупателям (раскрой тканей, подгонка платья по фигуре покупателя, комната матери и ребенка и др.). Все эти помещения несут основную функциональную нагрузку в магазине. Площади, формы и пропорции торговых помещений в значительной степени обуславливают качество обслуживания покупателей, оказывают влияние на построение торгово-технологического процесса в магазине, на экономические показатели его работы.

*К помещениям для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже* относят приемочные, разгрузочные, кладовые для хранения товаров, охлаждаемые камеры для хранения скоропортящихся продуктов, помещения для подготовки товаров к продаже, фасовочные, комплектовочные и экспедиции отдела заказов.

*Подсобные помещения* включают помещения для хранения тары и контейнеров, экспедиции по доставке товаров на дом, мастерские по ремонту оборудования и инвентаря, рекламно-оформительские мастерские, помещения для приема посуды, моечные, коридоры, тамбуры, вестибюли.

*К административно-бытовым помещениям*, относят служебные помещения аппарата управления, пункты питания персонала, здравпункт, санитарно-бытовые помещения.

*Технические помещения* — это вентиляционные камеры, машинные отделения холодильных установок и лифтов, телефонный коммутатор, электрощитовая, помещение теплового узла или котельной, радиоузел, камеры кондиционирования воздуха.

Все помещения магазина должны быть расположены с учетом обеспечения рациональной взаимосвязи между ними. Так, планировка торговых помещений, а также помещений (зон) для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, подсобных и административно-бытовых помещений должна отвечать следующим основным требованиям:

- торговые помещения должны быть непосредственно связаны с помещениями для хранения и подготовки товаров к продаже, чтобы можно было обеспечить оперативное попол-

нение товарных запасов в торговом зале, используя кратчайшие пути движения товаров;

- оптимальным является решение, когда торговый зал и кладовые расположены на одном уровне;

- торговый зал должен быть связан с помещениями для приемки товаров по возможности кратчайшим путем, что особенно важно при поступлении в магазин товаров в таре-оборудовании;

- помещения для хранения товаров должны быть непроходными, с максимально приближенными к ним помещениями для приемки и подготовки товаров к продаже;

- помещения для хранения тары, обменного фонда контейнеров, упаковочных материалов и инвентаря желательно располагать непосредственно у приемочной или разгрузочной рампы;

- пункт приема посуды от населения должен иметь отдельный вход и быть соединен с разгрузочной платформой для перегрузки стеклопосуды из кладовой на автотранспорт;

- административно-бытовые помещения должны быть связаны с торговыми, а также с помещениями для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. В свою очередь, между помещениями этой группы должна быть обеспечена должная взаимосвязь. Например, необходимо планировочное объединение помещений для отдыха и буфета. Гардеробные помещения, санузлы, моечные должны быть связаны со всеми группами помещений магазина.

Размещение помещений и их планировка должны быть направлены на обеспечение максимальных удобств для покупателей при отборе и покупке ими товаров, рациональное осуществление всех торгово-технологических операций на основе широкого внедрения современного торгово-технологического оборудования. Планировка помещений магазина должна обеспечивать нормальные условия работы персонала, высокий уровень производительности труда работников. Устройство и размещение помещений должны быть подчинены требованиям сохранности товарно-материальных ценностей на торговых предприятиях.

### § 11.3. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже

Основным торговым помещением является *торговый зал*, который, как правило, занимает большую долю в общей площади магазина. Он служит для размещения рабочего и выставочного запаса товаров, здесь производится отбор товаров покупателями, осуществляются расчетные операции за отобранные товары, оказываются различные дополнительные услуги покупателям. В торговом зале организованы рабочие места продавцов, кассиров, продавцов-консультантов, кассиров-контролеров и других работников магазина. Поэтому устройство и планировка торгового зала должны отвечать требованиям рациональной организации совершаемых здесь операций. Важнейшими из этих требований являются: свободное движение покупательского потока; обеспечение кратчайших путей движения товаров из зон хранения и подготовки товаров к продаже к местам их выкладки и размещения; создание условий хорошей просматриваемости и удобств для ориентации покупателей.

Рациональное планировочное решение торгового зала легче всего обеспечивается при соотношении его сторон 1:1 при максимальном шаге колонн. Торговый зал должен иметь как можно больший периметр глухих стен и перегородок, что очень важно для расширения возможности установки торгового оборудования.

Торговый зал можно разделить на следующие зоны (или площади): установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов и контрольно-кассового узла.

**Установочная площадь магазина** — это часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей. В нее включается и площадь, занятая основаниями крупногабаритных товаров, размещенных на полу.

Степень эффективности использования площади торгового зала можно определить путем расчета коэффициента установочной площади по следующей формуле:

$$K_y = \frac{S_y}{S_{т.з}},$$

где  $K_y$  — коэффициент установочной площади;

$S_y$  — установочная площадь, м<sup>2</sup>;

$S_{т.з}$  — площадь торгового зала, м<sup>2</sup>.

В магазинах самообслуживания оптимальным является значение коэффициента 0,27–0,33, т. е. под установочную площадь обычно отводится примерно 30% всей площади торгового зала.

Однако эффективность использования площади торгового зала определяется не только степенью использования ее под установку оборудования. Важно еще и то, чтобы установочная площадь была эффективно использована под выкладку товаров, что может быть достигнуто при оснащении торгового зала оборудованием, имеющим достаточно большую экспозиционную площадь.

*Экспозиционная площадь* исчисляется как суммарная площадь горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового оборудования, используемого для показа и демонстрации товаров в торговом зале. Сюда же включается и площадь, занятая под установку крупногабаритных товаров.

Экспозиционная площадь определяется: для островных и пристенных универсальных горок путем суммирования площади всех полок оборудования; перфорированных щитов с кронштейнами — как произведение длины кронштейна на его условную ширину и на их общее количество; вешал — как произведение длины кронштейна на высоту; подиумов, лотков, столов — как произведение длины на ширину; контейнеров — путем умножения площади их основания на количество полок; для корзин или других товароносителей, имеющих круглое сечение, — как площадь круга по среднему диаметру.

Показателем, характеризующим степень использования площади торгового зала под выкладку товаров, является



*коэффициент экспозиционной площади.* Он определяется как отношение экспозиционной площади (площади выкладки товаров) к площади торгового зала:

$$K_э = \frac{S_э}{S_{т.з}},$$

где  $K_э$  — коэффициент экспозиционной площади (площади выкладки);

$S_э$  — экспозиционная площадь, м<sup>2</sup>;

$S_{т.з}$  — площадь торгового зала, м<sup>2</sup>.

Этот показатель не может беспредельно увеличиваться, так как от его завышения может пострадать рациональная организация технологических процессов, ухудшиться обозримость товаров. Считается, что наиболее приемлемыми отношениями между экспозиционной площадью и площадью торгового зала в магазинах самообслуживания являются 0,7–0,75. Значение коэффициента экспозиционной площади зависит от типа используемого оборудования, его высоты, количества полок, кронштейнов и других элементов, используемых для выкладки товаров.

Часть площади торгового зала отводится под зоны *проходов для покупателей*. При определении ширины проходов в каждом конкретном магазине следует учитывать плотность покупательского потока, т. е. число покупателей, проходящих на единицу площади. Для создания комфортных условий перемещения покупателей необходимо от 4 до 10 м<sup>2</sup> торговой площади на покупателя.

Проходы для покупателей подразделяют на магистральные (основные) и боковые. Магистральные проходы связывают все зоны торгового зала и идут вдоль стен. Их ширина должна обеспечивать беспрепятственное перемещение основных покупательских потоков. Примерные значения ширины проходов в торговых залах магазинов приведены в табл. 11.1.

В магазинах, где торговля ведется через прилавки обслуживания, выделяется ***площадь для организации рабочих мест продавцов***. Ее размер определяется умножением длины фронта прилавка на глубину рабочего места. При этом

**Ширина проходов между оборудованием  
в торговых залах магазинов**

<b>Расположение проходов</b>	<b>Ширина, м, не менее</b>
Между прилавками для хранения личных вещей покупателей и стен (проход для покупателей в торговый зал)	1,7
Между параллельно расположенными островными горками*	1,4
Между островными горками и пристенным охлаждаемым оборудованием*	1,6
Между кассовыми кабинами или прилавками обслуживания и установленными параллельно им горками*	2,0
Между кабинами контролеров-кассиров	0,6
Между кассовыми кабинами и торцами островных горок	2,0
Между прилавком и оборудованием за прилавком	0,9
Между прилавками	2,8
Между прилавками и стеной	1,2

\* При доставке товаров в торговый зал с использованием подъемно-транспортного оборудования ширина проходов должна быть не менее 2,2 м.

глубина рабочего места включает ширину прилавка, ширину прохода между прилавком и торговым оборудованием для выкладки и размещения рабочего запаса товаров и глубину этого оборудования.

*Площадь зоны контрольно-кассового узла магазина* включает площадь, занятую кабинами контролеров-кассиров, площадь проходов между кабинами и площадь, необходимую для оказания дополнительных услуг покупателям в процессе расчетных операций.

Для расчета числа рабочих мест контролеров-кассиров используют формулу

$$K = \frac{П \cdot в}{п \cdot 3600 \cdot и},$$

где К — количество рабочих мест контролеров-кассиров;

П — площадь торгового зала, м<sup>2</sup>;

в — среднее время расчета с одним покупателем, с;  
п — площадь торгового зала, приходящаяся на одного покупателя, м<sup>2</sup>;  
3600 — количество секунд в 1 ч;  
и — коэффициент использования рабочего времени контролером-кассиром.

Различают следующие основные **варианты технологических планировок торгового зала**:

- линейную;
- боксовую;
- смешанную.

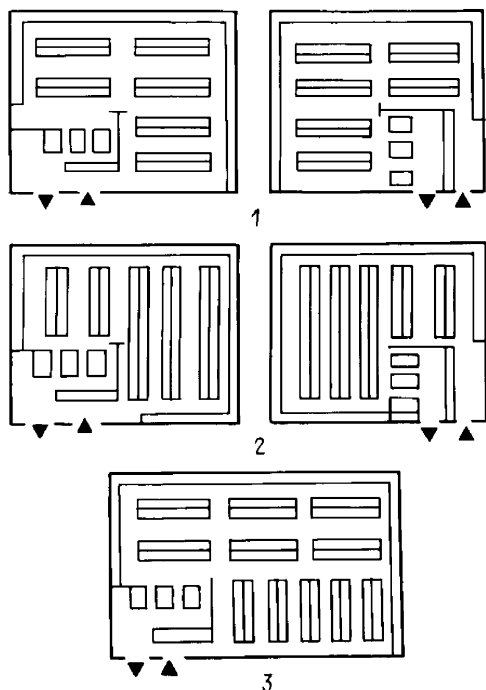
Выбор соответствующего варианта технологической планировки осуществляется с учетом размеров и конфигурации торгового зала, ассортимента реализуемых товаров и методов их продажи.

*Линейная планировка торгового зала* является наиболее рациональной для продажи товаров с помощью самообслуживания. При такой планировке зона размещения товаров и проходов для покупателей спланирована в виде параллельных линий торгового оборудования, расположенных перпендикулярно линии контрольно-кассового узла, что дает возможность организовать централизованные кассовые операции в едином узле расчета. Она удобна для покупателей, так как позволяет им свободно передвигаться по всему торговому залу и рассчитываться за все отобранные товары в одном месте.

При линейной планировке создаются благоприятные условия и для рациональной технологии работы магазина: оптимально используется площадь торгового зала; имеются условия для создания одной бригады материально ответственных лиц и взаимозаменяемости работников магазина.

В свою очередь, линейная планировка может быть трех вариантов: продольная, поперечная и смешанная (рис. 11.1).

*При боксовой планировке* всю площадь торгового зала разбивают на изолированные друг от друга боксы (отделы). Каждый бокс имеет самостоятельный узел расчета. Обычно боксовая планировка применяется в крупных магазинах с большой торговой площадью. По сравнению с линейной она менее удобна, так как при комплексной покупке покупатель



**Рис. 11.1.** Варианты линейной планировки торгового зала:  
1 — продольная; 2 — поперечная; 3 — смешанная

вынужден обращаться в различные отделы и производить оплату за отобранные товары в нескольких узлах расчета. Выделение отдельных боксов может быть оправдано при продаже специфических товаров, требующих специального выбора (ювелирных изделий и т. п.).

*Смешанная планировка* предусматривает расстановку оборудования в торговом зале с использованием комбинаций линейной и боксовой планировок.

Планировка рабочих мест продавцов в магазинах, применяющих традиционный метод обслуживания покупателей (через прилавок обслуживания), зависит от ассортимента реализуемых товаров, типа предприятия. Например, в магазинах по торговле продовольственными товарами ширина фронта рабочего места продавца должна быть не менее 2 м, а

в магазинах, торгующих непродовольственными товарами, — не менее 3 м. Между пристенным оборудованием и прилавком должен быть проход шириной не менее 0,9 м. Глубина рабочего места продавца может быть различной в зависимости от ширины прилавка и пристенного оборудования. Размещают рабочие места продавцов ближе к помещениям, в которых осуществляются хранение и подготовка к продаже товаров.

Планировка контрольно-кассового узла должна обеспечивать беспрепятственное направление движения покупательских потоков, исключать встречные потоки. При организации единого контрольно-кассового узла необходимо предусматривать применение совмещенной системы “вход — выход”. Помимо кассовых кабин для устройства контрольно-кассовых узлов используют также столы для упаковки товаров покупателями, оборудование для хранения личных вещей покупателей.

При разработке схемы технологической планировки для конкретного магазина следует учитывать его тип, размер торговой площади, конфигурацию торгового зала и т. д. Технологическая схема должна отвечать следующим основным требованиям:

- создавать для покупателей условия беспрепятственного выбора товаров в минимально короткий срок;
- обеспечивать применение самообслуживания при продаже большинства товаров;
- оптимально использовать торговые площади;
- создавать необходимые условия работникам магазина для рациональной организации торгово-технологического процесса.

Важную роль в организации бесперебойного торгово-технологического процесса магазина играют *помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже*. Состав и размеры этой группы помещений зависят от типа и размера магазина, характера выполняемых технологических операций.

Для разгрузки транспортных средств в магазинах должны быть оборудованы специальные места. В крупных магазинах для этих целей устраиваются рампы или дебаркадеры.

Помещение (зона) для приемки товаров по количеству и качеству должно примыкать к месту разгрузки. В магазине может быть также выделена специальная зона для товаров, прибывших во внерабочее время. Зона для приемки товаров должна быть связана с помещениями для хранения и подготовки товаров к продаже. Кроме того, помещения для приемки товаров должны иметь по возможности кратчайшую связь с торговым залом для доставки товаров, поступивших в таре-оборудовании, непосредственно в зал.

Помещения для хранения товаров по своему устройству должны отвечать требованиям рационального хранения необходимых запасов товаров. Размер площади этих помещений, их состав (для охлаждаемых и неохлаждаемых товаров) зависят от ассортимента реализуемых товаров и устанавливаются по строительным нормам и правилам. Охлаждаемые камеры должны устраиваться в виде единого блока. Зоны хранения товаров могут размещаться в подвальных помещениях или в помещениях, находящихся на уровне торгового зала. Реже такие помещения располагаются над торговым залом (на верхних этажах здания). Помещения для хранения оснащаются соответствующим технологическим оборудованием: стеллажами, подтоварниками и т. д.

Размеры помещений для подготовки товаров к продаже также устанавливаются в соответствии со строительными нормами и правилами. Эти помещения должны иметь хорошую связь как с зоной приемки и хранения товаров, так и с торговым залом. Помещения для подготовки товаров к продаже должны оснащаться приспособлениями для фасовки, нарезки, этикетирования товаров, а также другими устройствами в зависимости от характера подготовительных операций.

## **§ 11.4. Санитарно-технические устройства магазина**

В качестве источников теплоснабжения зданий магазинов могут быть использованы городские теплофикационные сети от ТЭЦ или районных котельных, пар низкого или среднего давления, местные котельные или квартальные сети. Теплофикационная вода обычно принимается температурой 150–70 °С,

горячая вода для систем горячего водоснабжения — температурой 65 °С.

В зданиях магазинов могут применяться различные *системы отопления*: водяное; воздушное, совмещенное с приточной вентиляцией; электрическое; комбинированное — водяное и воздушное; паровое низкого давления.

Не допускается применение систем с инфракрасными и высокотемпературными газовыми или электрическими излучателями.

По действующим строительным нормам и правилам принимаются расчетные внутренние температуры и кратность обмена воздуха в помещениях магазина.

В магазинах, размещаемых в жилых или общественных зданиях, системы отопления рекомендуется присоединять в виде отдельных ветвей. Для того чтобы обеспечить отключение системы отопления торговых залов в период максимальных тепловыделений, их также рекомендуется присоединять в виде отдельных ветвей.

Для магазинов общей площадью от 40 до 250 м<sup>2</sup> могут применяться системы электрического отопления с использованием нагревательных приборов в виде электрорадиаторов.

В случае устройства в здании магазина воздушного отопления, совмещенного с приточной вентиляцией, необходимо предусматривать специальное отопление в нерабочее время, рассчитанное на поддержание температуры в торговых залах на уровне 10 °С.

В мелких магазинах в исключительных случаях может быть использовано печное отопление.

В магазинах может применяться естественная и механическая вентиляция.

*Естественная вентиляция* предусматривается в магазинах торговой площадью не более 150 м<sup>2</sup>. Она обеспечивает воздухообмен в помещениях в результате действия ветрового и теплового напоров, получаемых вследствие разной плотности воздуха снаружи и внутри помещений.

*Механическая вентиляция* осуществляется с помощью вентиляторов или эжекторов. Она может быть приточной, вытяжной и приточно-вытяжной.

Различают общеобменную (для всего помещения) и местную (для отдельных рабочих мест) вентиляцию.

При размещении магазинов в первых этажах жилых домов или общественных зданий системы вентиляции магазинов должны устраиваться отдельно от вентиляции зданий, а приточные камеры, как правило, необходимо размещать в помещениях, находящихся ниже магазина или на одном уровне с ним.

Для расчета воздухообмена в помещении магазина можно использовать следующую формулу:

$$K_{\text{в}} = \frac{Q_{\text{у.в}}}{Q_{\text{п}}},$$

где  $K_{\text{в}}$  — кратность воздухообмена, указывающая на количество раз замены воздуха в помещении наружным воздухом в течение часа;

$Q_{\text{у.в}}$  — объем удаляемого из помещения воздуха, м<sup>3</sup>/ч;

$Q_{\text{п}}$  — объем помещения, м<sup>3</sup>.

Этот показатель для торговых залов должен составлять не менее 1,5, для кладовых — не менее 1,0, а помещений с резким запахом товаров — не менее 2,0.

С помощью специальных технических средств в помещениях может осуществляться *кондиционирование воздуха*, которое является наиболее совершенным видом вентиляции и отопления помещений. Кондиционеры служат для приготовления, перемещения, распределения воздуха и автоматического регулирования его параметров. Их подразделяют на местные (для отдельных помещений) и центральные (для всех помещений магазина).

При расчете воздухообмена необходимо учитывать, что источниками тепловыделения являются покупатели (75 ккал/ч от одного покупателя) и работающие (100 ккал/ч). Кроме того, в среднем один покупатель выделяет 23 л/ч углекислоты, один продавец — 30 л/ч. Допустимое содержание углекислоты — 2 л/м<sup>3</sup>.

В охлаждаемых камерах для хранения овощей и фруктов должна быть предусмотрена автономная, не связанная с другими помещениями, *приточно-вытяжная вентиляция*.



Не допускается присоединять к общим вентиляционным системам помещения складов сгораемых материалов и изделий из несгораемых материалов в сгораемой упаковке.

Все приточные системы вентиляции должны быть автоматизированы. В случае возникновения пожара в зданиях магазинов должно сработать централизованное отключение систем механической вентиляции, кондиционирования и воздушного отопления.

*Водоснабжение* магазина должно удовлетворять потребность в воде для хозяйственно-гигиенических и противопожарных целей, а также в питьевой воде в соответствии с требованиями действующего стандарта.

В магазинах объемом 5000 м<sup>3</sup> и более обязательно должен быть внутренний противопожарный водопровод.

На одного работника магазина принимается норма водопотребления 25 л в смену при коэффициенте часовой неравномерности потребления 2,5.

Согласно санитарным правилам и нормам все магазины должны иметь канализационные сооружения, предназначенные для отвода сточных вод. *Канализационная сеть* бывает внутренняя и наружная. Внутренняя канализация устраивается в виде трубопровода, идущего от санитарных приемников и других мест приема сточных вод до наружных каналов или коллекторов.

Объединение канализации магазинов с общедомовыми канализационными сетями не допускается. Нельзя прокладывать трубы канализации под потолками торговых помещений и помещений для приема, хранения и подготовки к продаже продовольственных и ценных непродовольственных товаров. Не допускается также установка санитарных приборов в подвальных помещениях, сообщающихся со складскими помещениями для хранения этих же товаров.

Магазины должны быть также оснащены *противопожарными устройствами*. К ним относят противопожарные водопроводы или специальные резервуары для воды, пожарные лестницы и спуски для перемещения грузов в многоэтажных зданиях, а также средства противопожарной автоматизации и сигнализации.

## Глава 12. ОБОРУДОВАНИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

---

### § 12.1. Мебель для розничных торговых предприятий

На розничных торговых предприятиях при выполнении операций, связанных с приемкой, хранением и продажей товаров, используются различные виды торговой мебели. Ее классифицируют по следующим основным признакам:

- месту применения;
- назначению;
- товарному профилю;
- конструкции.

*В зависимости от места применения* различают торговую мебель для торговых залов, неторговых помещений и мелкорозничных предприятий.

*По назначению* выделяют следующие виды торговой мебели:

- для приемки товаров по качеству (столы для бракеража);
- подготовки товаров к продаже (столы для фасовки товаров);
- показа товаров (витрины);
- выкладки и продажи товаров (горки, прилавки, прилавки-витрины и др.);
- временного хранения, транспортировки и продажи товаров (тара-оборудование);
- расчетов с покупателями (кассовые кабины).

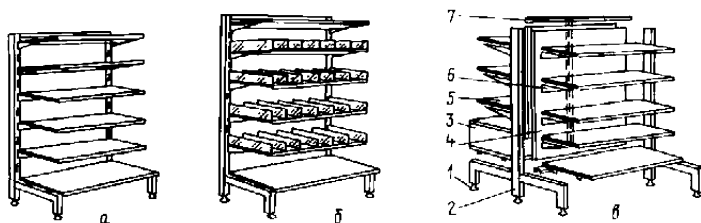
*С учетом товарного профиля* торговая мебель бывает универсальная (для различных групп товаров) и специализированная (для товаров какой-либо одной группы).

По конструкции торговую мебель изготавливают неразборной и сборно-разборной. Магазины преимущественно оснащают сборно-разборной торговой мебелью, что позволяет легко осуществлять перепланировку магазина или отдельных его секций.

Мебель для торговых залов магазинов подразделяется на следующие основные типы:

- пристенные, островные и привитринные горки;
- секции замкнутых зон внутри торгового зала; прочие товароносители;
- прилавки;
- немеханические и механические кассовые кабины для магазинов самообслуживания.

Наиболее распространенными типами торговой мебели являются *пристенные* и *островные горки* (рис. 12.1). Они могут устанавливаться в торговом зале отдельными секциями или сплошным фронтом. Пристенные горки устанавливают вдоль стен, островные — в средней части торгового зала.



**Рис. 12.1.** Горки пристенные и островная:

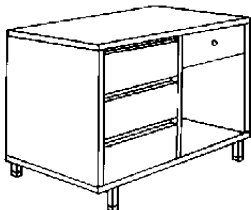
- а* — горка пристенная универсальная; *б* — горка пристенная для товаров в мелкой расфасовке и мелкоштучных;
- в* — схема сборки островной горки: 1 — регулируемая опора; 2 — стойка перфорированная; 3 — подшкафник; 4 — задняя стенка; 5 — полка; 6 — кронштейн для полки; 7 — штанга соединительная (стяжка)

Различают горки универсальные, предназначенные для выкладки и продажи различных товаров, и специализированные (для хлеба, для обуви и т. д.).

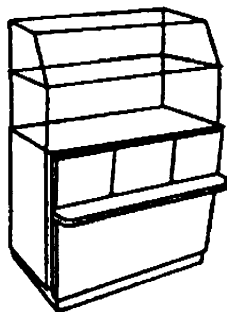
*Привитринные горки* размещают вдоль оконных витрин, поэтому выложенные на них товары можно осматривать как со стороны торгового зала, так и с улицы.

*Прилавки* (рис. 12.2) используют для отпуска товаров при индивидуальном обслуживании покупателей, для размещения отборочных корзин и сумок покупателей, а также для упаковки товаров в магазинах самообслуживания.

*Прилавки-витрины* (рис. 12.3), в отличие от прилавков, имеют частично или полностью застекленную верхнюю часть.



**Рис. 12.2.** Прилавок  
для отпуска товаров



**Рис. 12.3.** Прилавок-  
витрина

*Кассовые кабины* являются рабочим местом контролера-кассира. Они бывают немеханические и механические. Устройство механических кабин (кассовых боксов) предполагает наличие транспортера для перемещения товаров и накопителя для них.

Для оснащения подсобных помещений применяют стеллажи, подтоварники, поддоны, лари для хранения сыпучих товаров, а также оборудование для бракеража и подготовки товаров к продаже.

Торговая мебель должна быть удобной в эксплуатации, обеспечивать возможность наглядного представления товаров и создавать максимум удобств при отборе товаров покупателями. Кроме того, она должна обеспечивать эффективное использование площади торгового зала. Это достигается за счет применения более емкой мебели, имеющей большую площадь для выкладки товаров.

Форма, пропорции и цвет торговой мебели должны соответствовать ее функциональному назначению и оформлению интерьера торгового зала магазина. Правильно подобранная

торговая мебель не должна отвлекать внимание покупателя от товаров, а служить лишь фоном для них. Для этого ее окрашивают в нейтральные спокойные тона или в тона, контрастные цвету товара, чтобы выявить и подчеркнуть его основные свойства.

Устройство торговой мебели, а также материалы, используемые для ее изготовления, должны обеспечивать легкость ее чистки в процессе эксплуатации и уборки помещений.

## **§ 12.2. Торговый инвентарь**

Торговый инвентарь представляет собой совокупность приспособлений, инструментов и приборов, которые используются для показа и обработки товаров в процессе обслуживания покупателей, а также для различных вспомогательных и хозяйственных операций. Применение инвентаря способствует более быстрому осуществлению технологических операций, повышению качества обслуживания покупателей, сокращению издержек обращения, а также улучшает условия труда торговых работников и увеличивает его производительность.

Материалом для изготовления инвентаря служат: металл, дерево, стекло, пластические массы. Он должен быть простым, прочным, не громоздким, дешевым, удобным в эксплуатации, отвечать эстетическим и санитарно-гигиеническим требованиям.

*По месту использования* различают инвентарь:

- для складских и подсобных помещений;
- торговых залов продовольственных магазинов;
- торговых залов непродовольственных магазинов;
- общего пользования.

*В зависимости от назначения* выделяют торговый инвентарь:

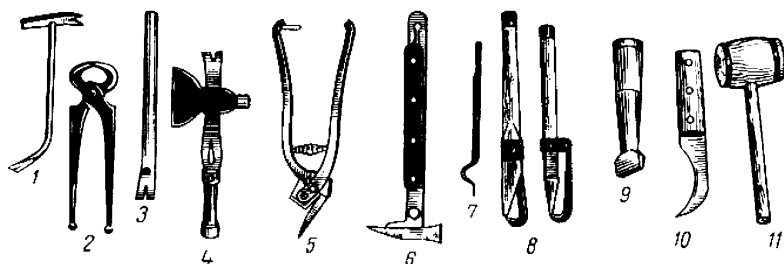
- для вскрытия тары и упаковки;
- проверки размеров и качества товаров;
- подготовки товаров к продаже и отпуска их покупателям;
- выкладки и рекламы товаров;

- отбора товаров покупателями.

Кроме того, магазины должны оснащаться счетным, вспомогательным, санитарно-гигиеническим и противопожарным инвентарем.

**Инвентарь для складских и подсобных помещений магазинов** включает в себя множество приспособлений, краткая характеристика которых приведена ниже.

*Инвентарь для вскрытия тары и упаковки.* К нему относится инвентарь для вскрытия деревянной, металлической и мягкой тары (рис. 12.4).



**Рис. 12.4.** Инвентарь для вскрытия тары:

- 1 — гвоздодер-молоток; 2 — клещи; 3 — гвоздодер обыкновенный;
- 4 — молоток-топорик-гвоздодер (томагавк); 5 — гвоздодер-ножницы; 6 — гвоздодер-молоток-ножницы; 7 — фигурный рычаг; 8 — съемники для обручей; 9 — бондарная сбойка;
- 10 — нож для вспарывания мешков; 11 — деревянный молоток

*Инвентарь для проверки размеров и качества товаров* — это шаблоны, применяемые для калибровки (сортировки по размерам) некоторых видов плодов (например, лимонов); пробоотборники, используемые для взятия проб при приемке некоторых товаров (круп, сыров, арбузов и др.) по качеству; овоскопы-виноскопы, служащие для проверки качества яиц и вин на просвет. При приемке некоторых непродовольственных товаров для определения их толщины, диаметра, внутренних размеров используют такие мерительные инструменты, как кронциркули, штангенциркули, микрометры).

*Инвентарь для подготовки товаров к продаже и отпуску их покупателям* включает приспособления для разруба,

разделки и нарезки мяса, субпродуктов, рыбы, гастрономических и других товаров, для утюжки и чистки одежды, чистки обуви, а также инвентарь для фасовки товаров.

Разруб и разделка туш и полутуш мяса, рыбы и птицы производится на стульях-колодах. Для разруба и разделки крупных кусков мяса, тушек птицы и рыбы используют разделочные доски овальной и прямоугольной формы, склеенные из брусков или монолитные.

Для разруба туш мяса, рыбы и птицы применяют топоры мясорубные, для распиливания крупных костей и туш мороженого мяса — пилы-ножовки, а для распиливания четвертин туш мяса и рыбы — ленточные малогабаритные электропилы.

Ножи для разделки мяса, птицы и рыбы включают большие мясницкие ножи, ножи-секачи, ножи-рубачи, ножи обвалочные для выемки костей и выбора разделочные.

Нарезка и разделка гастрономических товаров производятся при помощи специальных ножей, имеющих различную конструкцию. Ножи выпускаются преимущественно с длинными и узкими лезвиями. В эту группу ножей включают гастрономический, филейные и кухонные ножи, а также ножи для резки ветчины, сыра и масла, комплекты ножей-струн для резки монолитов масла.

Для резки хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий применяют хлебобрезные ножи, включающие нож хлебобрезный рычажный, нож калачный и нож-пилу.

Для подготовки к продаже непродовольственных товаров применяют утюги, столы и доски гладильные, щетки одежные и для чистки обуви, ножницы портновские.

Инвентарь для фасовки и упаковки товаров включает кружку-дозатор для сыпучих товаров, приспособление для сварки полимерной пленки и др.

К вспомогательному инвентарю относят приспособления для точки, правки и хранения ножей, совки, воронки, насосы для перекачки жидкостей, лестницы (стремянки), лопаты роликовые для картофеля.

**Инвентарь торговых залов продовольственных магазинов** включает следующие группы:

- для проверки качества товаров;

- подготовки товаров к продаже и отпуска их покупателям;

- выкладки и рекламы товаров;

- отбора товаров покупателями.

*Инвентарь для проверки качества товаров* — это, например, овоскоп-виноскоп.

*Инвентарь для подготовки продовольственных товаров к продаже и отпуска их покупателям.* Кроме указанных выше приспособлений для разруба, разделки и нарезки различных товаров, о которых шла речь ранее, к этой группе инвентаря относят также вилки, щипцы и торговые лопатки, ложки и ковши для солений, мутовки, посуду для продажи растительного масла, сачки для живой рыбы.

*Инвентарь для выкладки и рекламы продовольственных товаров* включает в себя лотки для полуфабрикатов и готовых продовольственных товаров, витринные окорята, подставки, кронштейны и корзинки для показа сыпучих бакалейных товаров, кондитерских изделий, консервов, фруктов, овощей и т. п. К этой же группе можно отнести различные декоративные элементы, приспособления для “немой” справки (указатели, ценники и т. п.).

*К инвентарю для отбора товаров покупателями* относят корзины и тележки для отбора товаров покупателями в магазинах самообслуживания.

**Инвентарь торговых залов непродовольственных магазинов** включает приспособления:

- для проверки качества товаров;

- отпуска товаров покупателям;

- показа и рекламы товаров.

*Инвентарь для проверки качества непродовольственных товаров* — это приспособления для проверки электроприборов и электроламп, батареек, точности хода часов, антенные устройства для проверки работы телевизионных приемников, измерительные линейки.

*Инвентарь для отпуска товаров покупателям* включает инвентарь для примерки обуви (стопомеры, рожки), примерочные зеркала (для примерки одежды, обуви, головных уборов), кольца-измерители для ювелирных изделий, голов-



ных уборов, метры и полуметры для отмеривания тканей и других мерных товаров, приспособления для прокалывания отверстий в ремешках для часов, а также инвентарь для упаковки товаров (приспособление для резки шпагата, склеивающая лента с держателем и т. п.).

*Рекламно-выставочный инвентарь для показа непродовольственных товаров* представлен манекенами и полу-манекенами, различного рода подставками, планшетами для образцов мелких товаров, держателями для одежды, декоративными элементами, а также приспособлениями для немой справки (ценникодержатели и др.).

**Инвентарь общего пользования.** *Счетный инвентарь* — это используемые при расчетах с покупателями калькуляторы, монетницы, коробки для сбора чеков.

*Инвентарь для уборки и санобработки помещений.* Сюда входят оконной мойки, тележки с набором приспособлений для уборки помещений, щетки, совки и мусоросборники.

*Противопожарный инвентарь* используется для тушения пожаров. К противопожарному инвентарю относят пенные и углекислотные ручные огнетушители, гидропульт-ведра, бочки с водой, ящики с песком, а также наборы противопожарных инструментов (багры, топоры, лопаты и т. п.), размещаемые на специальных щитах.

## § 12.3. Торговое измерительное оборудование

Торговое измерительное оборудование — весы, гири, меры объема и др. — служит для осуществления операций, связанных с приемкой товаров, подготовкой их к продаже и отпуском покупателю.

Весы — прибор для определения массы товара. Основными признаками их классификации служат:

- принцип действия;
- место и способ установки;
- вид указательного устройства;
- вид отсчета показаний взвешивания;
- способ снятия показаний.

*В зависимости от принципа действия* различают рычажные и электромеханические весы. Механизм рычажных весов состоит из основных, передаточных и вспомогательных рычагов, соединенных с помощью призм, подушек, сеег, колец и тяг.

Электромеханические весы устроены на основе принципа автоматического преобразования усилия от взвешиваемого груза в электрический сигнал, поступающий в электронный блок. Из электронного блока информация о цене, массе и стоимости товара выводится на блок индикации с цифровым табло.

*По месту и способу установки* выделяют настольные, передвижные и стационарные весы.

*По виду указательного устройства* весы подразделяют на гирные, шкальные, шкально-гирные, циферблатные и цифровые электронные.

*По способу отсчета показаний взвешивания* бывают весы с визуальным отсчетом и с документальной регистрацией.

*По способу снятия показаний* различают весы с местным и дистанционным способами снятия показаний.

Характеристика основных технических и эксплуатационных данных различных весов заложена в их условную буквенно-цифровую индексацию. Например, индекс РН-10Ц13 имеет следующую расшифровку: Р — весы рычажные; Н — настольные; 10 — наибольший предел взвешивания — 10 кг; Ц — циферблатные; 1 — с визуальным отсчетом; 3 — с местным способом снятия показаний.

К весам предъявляются метрологические и эксплуатационные требования.

Важнейшими метрологическими требованиями являются: точность взвешивания, чувствительность, постоянство показаний и устойчивость.

Весы считаются точными в том случае, когда они дают показания измерения массы с отклонением от истинных показаний в пределах допустимой погрешности. Чувствительность весов — их свойство выходить из состояния равновесия при незначительном увеличении нагрузки. Постоянство показаний определяется свойством весов давать одинако-

вые показания при многократном взвешивании одного и того же груза. Устойчивость весов — способность в ненагруженном виде самостоятельно возвращаться в исходное положение после выведения их из состояния равновесия.

Основными эксплуатационными требованиями, предъявляемыми к весам, являются:

- надежность (способность исправно и безотказно выполнять свои функции в течение всего срока эксплуатации);
- наглядность показаний (хорошая обзоримость и читаемость показаний весов);
- максимальная скорость взвешивания (способность весов быстро приходить в состояние равновесия).

Кроме того, весы должны отвечать определенным санитарно-гигиеническим требованиям: быть изготовленными из материалов, нейтральных по отношению к взвешиваемым товарам и окружающей среде, легко очищаться от загрязнений.

Ниже приводится характеристика наиболее часто используемых моделей весов.

*Весы настольные циферблатные РН-10Ц13У* предназначены для взвешивания товаров массой от 100 г до 10 кг. Они обладают достаточной наглядностью взвешивания. Масса грузов в диапазоне от 100 до 1000 г определяется по показаниям стрелок на циферблате, свыше 1000 г — с помощью гирь и показаний стрелок.

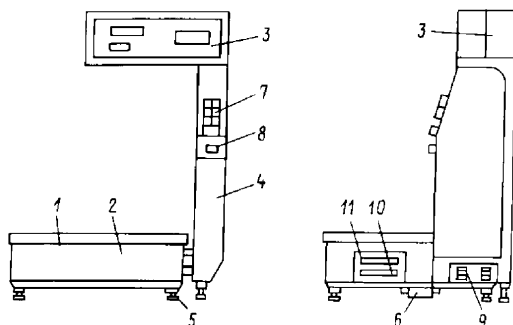
*Весы настольные циферблатные РН-3Ц13У* имеют диапазон взвешивания от 40 до 3000 г. Фиксация значения массы взвешиваемого груза осуществляется при помощи стрелки на круглой шкале циферблата.

*Весы циферблатные лотковые ВЦП-10М* предназначены для взвешивания овощей и фруктов, диапазон взвешивания — от 500 г до 10 кг. Масса груза определяется по показаниям стрелки циферблата.

*Электронные весы* — настольные одноплощадные весы с вибродатчиком и цифровым указателем массы и стоимости. Служат для взвешивания товаров и автоматического определения их стоимости. В конструкции весов использованы современные интегральные схемы, бесконтакт-

ные переключатели, обеспечивающие высокую надежность весов и скорость взвешивания.

Так, весы электронные 9026 ВН-ЗД13 (рис. 12.5) предназначены для определения массы и стоимости товаров при их фасовании или продаже. Эксплуатируют их при температуре воздуха в помещении в диапазоне от 10 до 40 °С и относительной влажности воздуха не более 80%. Имеют наибольший предел взвешивания 3 кг, наименьший — 2 г. Единицы дискретности показания массы — 2 г, дискретности ввода цены — 1 коп., а диапазон ввода цены — 4 разряда. Время измерения массы и вычисления стоимости — 2 с. Весы имеют следующие погрешности в процессе эксплуатации: при взвешивании от 20 г до 1 кг —  $\pm 2$  г; при взвешивании от 1 кг до 3 кг —  $\pm 4$  г.



**Рис. 12.5. Весы электронные 9026 ВН-ЗД13:**

1 — грузоподъемная площадка; 2 — весовое устройство;  
3 — два блока индикации; 4 — электронный блок; 5 — три  
регулируемые ножки; 6 — уровень; 7 — задатчик цены;  
8 — кнопка “Тара”; 9 — тумблер “Сеть”; 10, 11 — разъемы

Такие весы очень удобны в эксплуатации. Они имеют хорошую обзорность и читаемость показаний. Их блок индикации можно устанавливать под различными углами по отношению к весовому устройству.

Для коррекции массы тары при ненагруженной грузоприемной площадке или при наличии на ней тары служит кнопка “Тара”, после нажатия которой появляются нулевые показания тары.

*Весы товарные* служат для определения в магазинах массы тяжелых и крупногабаритных грузов. Например, на весах РП-150Ц-13Т взвешивают грузы массой от 7,5 до 150 кг, а на весах РП-600Ц-136 — от 30 до 600 кг. Весы обеих марок имеют циферблатные указатели. Весы шкальные РП-100Ш-13 служат для взвешивания грузов массой от 5 до 100 кг. Для оснащения магазинов также широко используются шкально-гирные весы с качающейся платформой и коромыслом, опирающимся на стойку. Они имеют шкалу с передвижной встроенной гирей, указатель равновесия и гиредержатель с тарировочной камерой.

Для измерения массы товаров на весах применяют гири. Они бывают общего назначения, условные и образцовые.

Торговые гири общего назначения выпускаются массой 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500 г и 1, 2, 5, 10 кг. Их форма, основные размеры и допустимые отклонения от номинальной массы установлены стандартом. Для каждого типа весов выпускается определенный набор гирь.

Условные гири служат для определения массы на товарных весах. Их изготавливают в виде плоских цилиндров с радиальным вырезом, который служит для надевания гирь на гиредержатель весов. Эти гири имеют массу 100, 200, 500 г и 1, 2, 5 кг. На их поверхности указывается условная масса, превышающая номинальную в 100 раз.

Образцовые гири необходимы для поверки весов.

К измерительному оборудованию, применяемому на предприятиях, осуществляющих торговлю продовольственными товарами, относятся и меры объема — мерные кружки и мензурки.

Торговое измерительное оборудование должно своевременно подвергаться поверке и клеймению. Меры объема (кроме стеклянных) поверяются не реже одного раза в два года, весоизмерительные приборы и гири — не реже одного раза в год. Стеклянные меры объема клеймятся при их производстве.

При поверке проводят технический осмотр и контрольные испытания измерительного оборудования, чтобы установить пригодность его к эксплуатации. Порядок поверки весов каждого типа определен соответствующим стандартом. Весы,

отвечающие всем требованиям поверки, клеймят. Клеймо ставится на коромысле, съемных чашках, передвижной гире или на пломбе (на циферблатных весах). Клеймение гирь заключается в нанесении поверительного клейма на алюминиевую пробку, при помощи которой запрессовывается отверстие тариловочной полости гирь после их поверки.

Поверку и клеймение измерительного оборудования осуществляют непосредственно в лабораториях Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Ростехрегулирования), куда его доставляют торговые организации и предприятия. Громоздкие стационарные весы клеймят на месте.

Не прошедшие поверку или с просроченным клеймом весы и гири нельзя хранить в магазине.

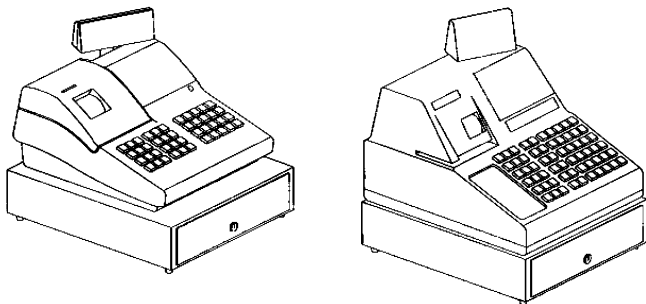
## **§ 12.4. Контрольно-кассовые машины**

Как уже отмечалось, в настоящее время любые расчеты с покупателем на предприятиях розничной торговли должны осуществляться с применением контрольно-кассовой техники. Современные кассовые машины обеспечивают контроль за ведением расчетно-кассовых операций, позволяют точно учитывать денежные поступления. При этом значительно ускоряется процесс расчетов с покупателями.

Конструкция современных контрольно-кассовых машин (рис. 12.6) позволяет вести учет нарастающим итогом полученных от покупателей денег, печатать чек с различными реквизитами и данными о товаре, указывать на контрольной ленте порядковый номер чека, дату и время совершения покупки, уплаченную сумму, шифр, номер счетчика и др. Содержащаяся в памяти контрольно-кассовых машин информация можно выводиться на магнитные носители для последующей компьютерной обработки данных с целью изучения спроса, определения объема продажи товаров и т. д.

В торговле используют контрольно-кассовые машины следующих типов:

- автономные контрольно-кассовые машины;



**Рис. 12.6.** Контрольно-кассовые машины

- пассивные системные контрольно-кассовые машины;
- активные системные контрольно-кассовые машины;
- фискальные регистраторы.

В автономных контрольно-кассовых машинах расширение функциональных возможностей может достигаться только за счет подключения дополнительных устройств ввода-вывода, управляемых контрольно-кассовой машиной по размещенным в ней программам. К этому же типу относятся и портативные контрольно-кассовые машины, имеющие возможность работать без постоянного подключения к электросети.

*Пассивная системная контрольно-кассовая машина* имеет возможность работать в компьютерно-кассовой системе, но не способна управлять работой этой системы. Она же может использоваться и как автономная контрольно-кассовая машина.

*Активная системная контрольно-кассовая машина* имеет возможность работать в компьютерно-кассовой системе, управляя при этом работой системы.

*Фискальный регистратор* представляет собой контрольно-кассовую машину, способную работать только в составе компьютерно-кассовой системы, получая данные через канал связи.

К эксплуатации допускаются только модели контрольно-кассовых машин, которые включены в Госреестр контрольно-кассовой техники.

Наиболее современными и перспективными, хотя и наиболее дорогостоящими, являются компьютерные кассы (POS-терминалы), представляющие собой компьютер со специальными интерфейсами для кассового ящика, дисплеем в две-три строки текста для покупателя, ключами ограничения доступа и специальной фискальной платой, которая фиксирует ежедневную выручку (рис. 12.7).



**Рис. 12.7.** Кассовый POS-терминал

Компьютерную кассу, подключенную к сети, можно запрограммировать для учета специфических требований магазина (наименования, артикула товара и т. д.). Она может обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, в том числе собственные дисконтные карты магазина.

## **§ 12.5. Торговое холодильное оборудование**

Торговое холодильное оборудование, применяемое на предприятиях розничной торговли, представляет собой охлаждаемые устройства, предназначенные для кратковременного хранения, выкладки и продажи скоропортящихся товаров. Такое оборудование представлено холодильными камерами, холодильными шкафами, охлаждаемыми витринами, горками, прилавками, прилавками-витринами, ларями.



Используемое для оснащения магазинов торговое холодильное оборудование по назначению подразделяют на следующие группы:

- для хранения товаров (холодильные камеры, шкафы, закрытые прилавки);
- показа и продажи товаров (открытые прилавки, витрины, прилавки-витрины, лари);
- демонстрационное оборудование (демонстрационные витрины, прилавки, шкафы-витрины).

В зависимости от температурного режима, поддерживаемого в охлаждаемой емкости, различают низкотемпературное (для замороженных продуктов) и среднетемпературное (для охлажденных продуктов) холодильное оборудование.

Для торгового холодильного оборудования приняты следующие условные буквенные обозначения:

К — камера;

Ш — шкаф;

П — прилавок;

ПВ — прилавок-витрина;

В — витрина;

Х — холодильный(ая);

С — среднетемпературный(ая);

Н — низкотемпературный(ая);

М — модульный.

Цифры после букв указывают внутренний охлаждаемый объем в кубических метрах.

*Холодильные камеры* имеют сборно-разборную конструкцию. На потолочной панели камеры установлены одна или две (в зависимости от модели камеры) холодильные машины.

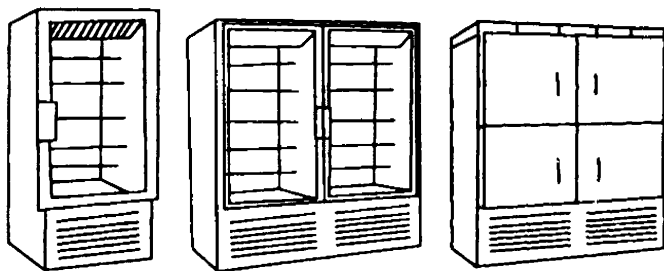
Устанавливают камеры в складских помещениях магазинов и хранят в них продукты в течение непродолжительного времени (3–5 суток). Для укладки продуктов используют полки, для подвешивания туш — крюки. Некоторые холодильные камеры приспособлены для хранения товаров в таре-оборудовании.

Выпускают холодильные камеры двух типов: КХС (для охлажденных продуктов) и КХН (для замороженных про-

дуктов) с различным внутренним полезным объемом (3, 4, 25, 6, 12, 18 м<sup>3</sup> и др.).

В охлаждаемых камерах поддерживается температура от 0 до +8 °С, в низкотемпературных — до -18 или -24 °С.

*Холодильные шкафы* (рис. 12.8) устанавливают на рабочем месте продавца, в торговых залах магазинов самообслуживания, в складских помещениях небольших магазинов. Они могут быть со встроенным холодильным агрегатом или без него. Машинное отделение занимает верхнюю или нижнюю часть шкафа.

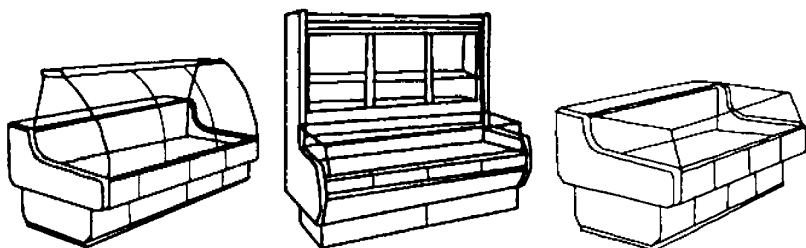


**Рис. 12.8.** Шкафы холодильные

Выпускают холодильные шкафы двух типов: ШХ (среднетемпературные) и ШН (низкотемпературные). Они могут иметь различные вместимости охлаждаемых камер, разную холодопроизводительность машин и различное количество дверей. По этим признакам отличаются холодильные шкафы ШХ-0,40МС; ШХ-0,80М; ШХ-0,80МС; ШХ-1,40 и др. Для укладки товаров служат съемные решетчатые полки.

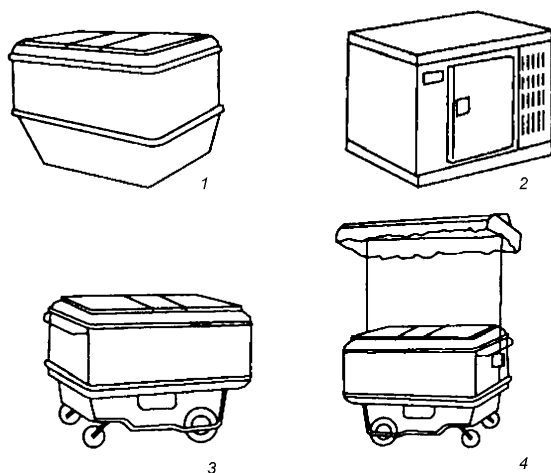
В охлаждаемых шкафах поддерживается температура от 0 до +8 °С, в низкотемпературных — до -18 или -24 °С.

*Холодильные витрины* (рис. 12.9) служат для показа и продажи охлажденных и замороженных продуктов. Для кратковременного хранения, демонстрации и продажи предварительно охлажденных и упакованных гастрономических продуктов в магазинах самообслуживания широко используют холодильные среднетемпературные витрины ВХС-1-0,8-О, ВХС-2-3,15 и ВХС-2-3,15 ВМ, а для замороженных товаров — низкотемпературные витрины ВХН-1-0,315 и т. п.



**Рис. 12.9.** Витрины холодильные

*Холодильные прилавки* (рис. 12.10) предназначены для кратковременного хранения, демонстрации и продажи охлажденных гастрономических продуктов. Бывают среднетемпературные (ПХС) и низкотемпературные (ПХН) холодильные прилавки.



**Рис. 12.10.** Прилавки холодильные:

- 1, 2 — стационарные; 3 — передвижной;  
4 — передвижной с тентом

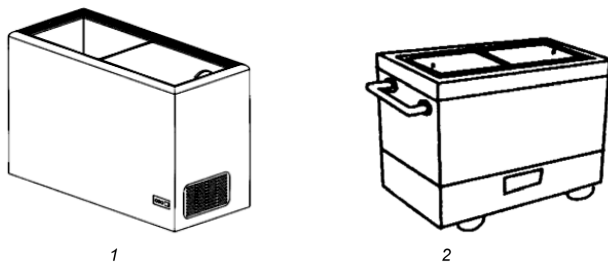
В магазинах самообслуживания применяют открытые прилавки с воздушной завесой (ПХС-2-2,5; ПХН-2-2,5; ПХС-1,25 и др.). В охлаждаемых отделениях поддерживается такая же

температура, как и в холодильных витринах. Холодильные агрегаты расположены в машинных отделениях прилавков или в машинных отделениях магазина.

Товары в охлаждаемых прилавках выкладывают на съемных решетчатых полках или укладывают в кассеты или корзины (в закрытых прилавках).

*Холодильные прилавки-витрины* используют для кратковременного хранения, демонстрации и продажи охлаждаемых продуктов. Конструкция этого вида оборудования предусматривает наличие двух охлаждаемых отделений — камеру прилавка и витрину. Камера прилавка служит для хранения скоропортящихся товаров. В магазинах, торгующих скоропортящимися продуктами по методу самообслуживания, в витрине выкладывают товары, предназначенные для демонстрации и выбора покупателями.

*Холодильные лари* (рис. 12.11) в зависимости от температурного режима используют для продажи мороженого и замороженных продуктов или для охлажденных напитков. Применяют их в магазинах, где продажа товаров осуществляется через отделы, обслуживаемые продавцами, а также для торговли вне магазина.



**Рис. 12.11.** Лари холодильные:  
1 — стационарный; 2 — передвижной

## § 12.6. Оборудование для работы со штрихкодами

В последнее время все большее применение в торговле находит технология штрихового кодирования.

*Штриховой код представляет собой графический символ, состоящий из комбинации темных полос (штрихов) и светлых пробелов между ними. В нем содержится информация, зашифрованная с помощью цифр, букв, других знаков, каждому из которых соответствует определенная группа штрихов и пробелов различной ширины.*

Наличие штрихкода на всех товарах делает более простым их учет в магазине и позволяет вести расчетно-кассовые операции с использованием электронного торгового оборудования: кассовых терминалов, сканеров, портативных терминалов.

Кодирование товаров производится типографским способом как их изготовителями, так и предприятиями торговли. Штрихкод может быть нанесен непосредственно на упаковку товара либо на этикетку или ярлык, прикрепляемые к нему. Для нанесения штрихкода на товары, не имеющие его, или на товары, расфасованные непосредственно в магазине, применяют портативные и стационарные *принтеры* (рис. 12.12).



**Рис. 12.12.** Принтеры для печати штрихкодов и этикеток

Считывание штрихкодов производится специальными устройствами (*сканерами*). С их помощью закодированный штрихами номер передается в компьютер, где содержится база данных с детальной информацией о товаре.

Сканеры могут быть ручными, настольными или встраиваемыми в стол (рис. 12.13). Некоторые модели способны считывать информацию со всех четырех сторон товара (многоплоскостные сканеры). Сканирующие устройства используют в сочетании с другими видами электронного оборудования (весами, кассовыми терминалами и т. п.).



**Рис. 12.13.** Сканеры:

1 — ручные; 2 — настольный; 3 — встраиваемый

*Портативные (ручные) терминалы сбора данных* (рис. 12.14) совмещают в себе компьютер и считыватель штрих-кодов. Их используют для дистанционного считывания штрихкодов при проведении инвентаризаций, учета поступления и перемещения товаров.



**Рис. 12.14.** Портативные терминалы сбора данных

Применение электронного оборудования и специального программного обеспечения для учета товаров и расчетных операций позволяет магазинам:

- постоянно иметь полную информацию об объеме и составе товарных запасов, хранящихся на складе магазина (количестве, местонахождении, сроке годности и других характеристиках товаров), оптимизировать товарные запасы;
- фасовать товары с их одновременной маркировкой;
- осуществлять гибкую ценовую политику, оперативно менять розничные цены с учетом спроса на товары и сроков их реализации, печатать ценники и этикетки;

- сокращать время расчетных операций за счет использования сканирующих устройств, позволяющих вводить данные об одном товаре в кассу за 1–2 с, а не за 5–10 с, как при ручном вводе с клавиатуры, а также за счет снижения количества ошибок при вводе данных с 3–5 до 0,5% и времени их исправления: с помощью сканера это можно сделать за 5–10 с, а на исправление или замену неправильного чека может потребоваться до нескольких минут;
- использовать дифференцированные цены для различных категорий покупателей и вести расчет с покупателями с помощью дисконтных карт;
- вести стоимостной и количественный учет товаров, проданных через кассовые аппараты в торговом зале.

## **§ 12.7. Торговые автоматы**

Торговые автоматы применяют для продажи товаров частого спроса (напитков, штучных кондитерских изделий и др.). Они могут быть установлены на вокзалах, в парках и других местах большого скопления людей, а также размещены внутри магазинов.

Современные торговые автоматы представляют собой систему, в корпусе которой объединены компьютер, сенсорный экран, чекопечатающее устройство, купюроприемник и устройства приема и выдачи монет, а также другое оборудование.

Подобные автоматические кассы могут использоваться самостоятельно для оказания услуг по предоставлению справочной информации. С их помощью можно рекламировать товары, предлагаемые услуги и т. п.

Кроме того, касса-автомат способна управлять подключаемыми к ней секциями выдачи товара, число которых может быть различным. В этом случае покупатель с помощью сенсорного экрана выбирает необходимый ему товар и оплачивает его, опустив деньги в устройство для их приема. Касса-автомат принимает деньги за товар, выдает сдачу монетами и кассовый чек. После этого управляющие команды из кассы

поступают в соответствующую автоматическую секцию выдачи товара, которая обеспечивает его выдачу покупателю в течение 20–30 с.

Автоматы для продажи напитков в алюминиевых банках могут комплектоваться устройствами для приема и прессования такой тары.

Наряду с автоматами в торговле применяют и полуавтоматы, также предназначенные для продажи штучных товаров (шоколадные батончики, жевательная резинка и др.). В их состав входят: бункеры для размещения товара, купюроприемник, устройство возврата денег, индикаторная панель с наборным полем для выбора необходимого товара. Над каждым бункером находится окно с образцом товара, а под бункером — окно выдачи товара. Покупатель выбирает необходимый ему товар и оплачивает его купюрами или монетами, после чего получает доступ к товару с помощью специального рычага.

## **§ 12.8. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов**

Качество обслуживания покупателей, создание оптимальных условий труда торговых работников и обеспечение высоких экономических показателей работы магазина во многом зависят от того, насколько рационально он оснащен торговым оборудованием. При решении вопросов технического оснащения магазинов особое внимание должно быть уделено выбору типов и моделей торгового оборудования, а также определению его оптимального набора.

Выбор типов оборудования и комплектование его набора должны основываться на следующих принципах:

- оборудование должно соответствовать товарному профилю и размерам торгового зала магазина;
- оснащение магазинов торговым оборудованием должно осуществляться с учетом используемых методов продажи товаров;
- оборудование должно обеспечивать эффективное использование торговой площади магазина.



Современный интерьер торгового зала нельзя создать без решения многих задач технологического и художественного характера.

Необходимо учитывать размер, форму и назначение оборудования. Следует тщательно продумать сочетание предметов больших и малых габаритов. Нельзя загромождать торговый зал ненужными предметами, так как теснота и загроможденность торгового помещения противоречат законам красоты и целесообразности.

*Определение рационального набора торгового оборудования и характер его размещения оказывают существенное влияние на эффективность использования площадей магазина.* Правильно подобранное и расставленное оборудование позволяет расширить предложение товаров, создать больше удобств для обслуживания покупателей, увеличить товарооборот на квадратный метр торговой площади и тем самым добиться более высоких показателей эффективности использования торговых площадей.

Во-первых, необходимо стремиться к тому, чтобы оптимальной была установочная площадь, т. е. площадь торгового зала, занятая основаниями торгово-технологического оборудования.

Во-вторых, следует учитывать, что эффективное использование торговых площадей может быть достигнуто при условии оснащения магазинов торговым оборудованием, имеющим достаточно большую экспозиционную площадь. При одной и той же установочной площади экспозиционная площадь может быть различной в зависимости от типов и композиций торгового оборудования, количества элементов для выкладки товаров.

Для установления взаимосвязи между различными технологическими зонами магазина важно знать емкость торгового оборудования и количество разновидностей товаров, выкладываемых на одном метре островной или пристенной горки. Эти показатели дают возможность определить не только эффективность использования торгового оборудования, но и установить для магазина оптимальный размер товарных запасов, размещаемых в торговом зале, рассчитать потребность в завозе товаров, в транспорте и т. д.

Емкость оборудования зависит от его типа, используемых элементов и приспособлений для выкладки товаров, а также от вида товаров, выкладываемых на нем. Определяется она по формуле

$$C_{об} = V_{об} \cdot K_{п.у} \cdot j_{т},$$

где  $C_{об}$  — емкость оборудования, кг;

$V_{об}$  — объем оборудования, м<sup>3</sup>;

$K_{п.у}$  — коэффициент плотности укладки товаров;

$j_{т}$  — объемная масса товара, кг/м<sup>3</sup>.

Определение набора торговой мебели для конкретного магазина осуществляется в соответствии с нормами технического оснащения магазинов, разработанной для него схемой технологической планировки, которая оформляется в виде чертежа.

Чертеж является основным технологическим документом, по которому можно оценить степень рациональности разработанных технологических решений и выполнить весь комплекс работ по техническому оснащению магазина.

Оформление чертежей должно производиться в соответствии с правилами, изложенными в государственных стандартах и строительных нормах и правилах. Сначала вычерчивают план здания магазина с обозначением стен и перегородок, оконных и дверных проемов и т. д. Затем приступают к расстановке на чертеже торгово-технологического оборудования, “привязке” ассортимента товаров и составлению спецификации на оборудование.

Расстановка торгово-технологического оборудования должна производиться в соответствии с нормативами, изложенными в строительных нормах и правилах. Этими нормативами предусмотрена наименьшая ширина проходов между торговым оборудованием и стенами, перегородками или витринами при размещении торгового оборудования параллельно стенам, перегородкам или витринам; между параллельно располагаемыми прилавками или горками; между кабинами контролеров-кассиров и т. д.

На схемах технологических планировок должны быть обозначены индексы горок, прилавков, прилавков-витрин,

вешал, столов и т. п., а также торцовых щитов для привитринных, островных и пристенных горок.

По схемам отдельных секций определяется количество стоек, ножек, кронштейнов, межстоечных щитов (стенок), полок, подшкафников, кассет и т. п. При этом следует учитывать, что между одинаковыми или различными вариантами пристенных и островных горок остаются единая стойка, кронштейн и ножка.

*Рассчитанная на основании схемы технологической планировки потребность в торговой мебели отражается в спецификации, с учетом которой производится поставка магазинам торговой мебели.*

Потребность в других видах торгово-технологического оборудования определяется на основании примерных норм технического оснащения магазинов или расчетным путем.

Так, количество весоизмерительных приборов в торговом зале магазина определяется числом рабочих мест, на которых необходимы весы. Кроме того, нужно иметь резерв для замены весов, вышедших из строя, а также для организации продажи товаров вне магазина. Потребность в весах для фасования определяется числом работников, занятых на этой операции. При определении контрольного количества товарных весов исходят из объема суточного грузооборота магазина, пропускной способности весов. Их подбирают таким образом, чтобы они обеспечивали высокую производительность труда, необходимую точность учета товаров по массе в магазине, а также при отпуске их покупателям и при фасовании.

Контрольно-кассовыми машинами магазины оснащаются из расчета один кассовый аппарат на каждое рабочее место кассира-контролера. При этом рекомендуется независимо от типа магазина иметь одну резервную контрольно-кассовую машину.

При определении потребности в торговом холодильном оборудовании учитывают объем реализации скоропортящихся продуктов и сроки их хранения, методы продажи товаров и т. д.

## Глава 13. ИНТЕРЬЕР И РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

---

### § 13.1. Фирменный стиль и интерьер магазина

Успешное функционирование предприятия розничной торговли во многом зависит от использования для оформления магазина элементов фирменности, с помощью которых может быть создан его фирменный стиль.

**Фирменный стиль** создается путем использования единых принципов оформления, цветовых сочетаний и образов для рекламы, деловых бумаг, вывески магазина, торгового зала и т. д.

Основными составляющими фирменного стиля являются:

- товарный знак;
- фирменные цвета;
- логотип;
- рекламный слоган;
- рекламный персонаж.

Различают словесный и графический **товарные знаки**. *Словесный товарный знак* представляет собой название фирмы или предприятия, выполненное в определенной графической манере, оригинальным, запоминающимся шрифтом. *Графический товарный знак* — условное обозначение, принадлежащее данной фирме или предприятию и подлежащее регистрации.

Для оформления словесного и графического товарных знаков выбираются определенные **фирменные цвета**, а для особого начертания названия магазина — **логотип**.

**Рекламный слоган** представляет собой краткую фразу или девиз фирмы (предприятия).

В качестве **рекламного персонажа** (символа) фирмы может быть использован определенный персонаж, выступающий от имени фирмы при рекламных и других мероприятиях. Он способствует лучшему запоминанию рекламы.

Основными носителями фирменного стиля могут выступать:

- вывеска над входом или у входа в магазин;
- элементы помещения торгового зала (стены, колонны и перегородки);
- различные виды витрин;
- торговое оборудование;
- указатели и вывески в помещении магазина;
- ценники, наклейки и этикетки;
- пакеты, коробки, различные упаковочные материалы;
- одежда персонала.

Использование тех или иных фирменных элементов зависит от типа и размера торговой площади магазина, места его расположения и других факторов. Путем рационального сочетания фирменных элементов магазину может быть придан свой стиль, хорошо запоминающийся покупателями.

Рациональное планировочное решение торгового зала не только отвечает требованиям эффективной организации совершаемых здесь торгово-технологических операций, но и позволяет создать наиболее удачный **интерьер**, под которым следует понимать как оформление торгового зала, так и организацию внутреннего пространства помещения и решение всех его составляющих элементов — отделки, освещения, торгового оборудования и т. д.

Поэтому художественные качества интерьера торгового зала определяются уровнем комплексно решенных задач:

- создания оптимальных пропорций помещений, расстановки оборудования с учетом положения колонн, лестниц, пандусов, эскалаторов, основных проходов и т. д.;
- расположения витрин и различных средств рекламы;
- отделки полов, потолков, стен и колонн;
- цветовой характеристики помещений;

- расположения светильников и местных подсветов;
- устройства подвесных потолков, коробов, стояков с учетом архитектуры пространства торгового зала.

При решении интерьера торгового зала следует иметь в виду необходимость создания оптимальных условий для показа товаров и обеспечения максимальных удобств покупателям для совершения покупки.

Основным средством художественной выразительности интерьера магазина являются отделочные материалы, подбор которых следует осуществлять в соответствии со спецификой, функциональным назначением, размером и архитектурно-пространственной композицией розничного торгового предприятия на основании их эксплуатационных и эстетических качеств.

Определяющими факторами при подборе отделочных материалов являются основные физические характеристики. Материалы, используемые для отделки помещений торговых залов, должны быть красивыми, прочными, износостойчивыми, звукопоглощающими, водоотталкивающими, гигиеничными, удобными для эксплуатации. Они должны отвечать требованиям эстетики и быть дешевыми.

При отделке различных типов магазинов некоторые требования становятся решающими для выбора материала. Так, для отделки стен, перегородок и колонн в продовольственных магазинах должна применяться гладкая влагостойкая отделка, которая не должна менять свою поверхность при влажной уборке, при дезинфекции. Здесь не допускается применять отделочные материалы, собирающие пыль, перфорированные материалы и т. д. Для таких магазинов больше подходят такие материалы, как керамические глазурованные плитки, слоистые пластики, поливинилхлоридные пленки и т. д.

Отделка поверхностей в непродовольственных магазинах может создавать любую фактуру (гладкую, шероховатую и др.).

Не следует предусматривать в торговом зале мозаичные панно, витражи и сложные архитектурные детали, поскольку они будут отвлекать внимание покупателей от реализуемого в магазине товара. Подобные художественные средства уместны только в отдельных местах торгового зала для ука-

зания направления движения, обозначения лестничных клеток и т. п.

Для покрытия полов должны использоваться материалы, обладающие высокой прочностью, большой сопротивляемостью истиранию. Поверхность полов должна быть ровной, нескользкой, влагоустойчивой. Чем меньшей скользкостью и теплоусвоением и вместе с тем большей упругостью и звукопоглощающей способностью обладает пол, тем лучшими будут условия для покупателей и торговых работников. Желательно, чтобы в конструкциях пола предусматривалась возможность периодического ремонта отдельных износившихся или поврежденных участков без полной смены покрытия.

Облицовка нижнего яруса стен торгового зала может быть заменена пристенным оборудованием. Применение перфорированных щитов и набора навесных приспособлений для выкладки и показа товаров позволяет использовать стены и колонны для их экспозиции. Облицовка колонн производится твердыми и высокопрочными материалами, что особенно касается колонн, находящихся в транзитных зонах и в наибольшей степени подвергающихся механическим воздействиям.

Для облицовки стен, находящихся вне пределов зоны контакта с покупателями и не подвергающихся воздействиям, связанным с технологическим процессом, применяются декоративные штукатурки, окраска с фактурными отделками. Подбор отделочных материалов для стен определяется в основном с учетом их художественно-декоративных свойств.

При проектировании интерьера торгового зала можно акцентировать внимание на одной или нескольких стенах. Этого можно добиться с помощью цвета и фактуры отделки, используя в зависимости от архитектурного решения интерьера профилированные деревянные рейки, литые гипсовые рельефные плиты, природный камень, лицевой кирпич, металлические штампованные элементы и т. д.

Одним из самых важных и самых выразительных архитектурных элементов торгового зала является потолок, для отделки которого можно использовать лакокрасочные составы, гипсовые или рельефные плитки и другие материалы.

Очень удобны подвесные потолки, с помощью которых можно скрыть системы инженерного оборудования и совместить функции отделки, искусственного освещения и акустики. Они могут быть разных конструктивных систем, светящимися, полусветящимися, акустическими. Для их отделки можно использовать звукопоглощающие и перфорированные древесноволокнистые и гипсовые плиты, перфорированный алюминий, молочное стекло и другие материалы.

Решение отдельных элементов интерьера должно находиться в полном соответствии с общим архитектурно-пространственным решением торгового зала. Сочетание материалов, используемых в интерьере, должно быть гармоничным по фактуре, цвету, массе. При этом важным является расположение материалов с учетом конструктивной логики.

При строительстве магазинов из материалов с высокой степенью теплоизоляции стены имеют небольшую (до 20 см) толщину, а стекла оконных проемов составляют с ними единую поверхность, что создает ощущение легкости в интерьере торгового зала.

В зависимости от климатических условий применяется различная ориентация оконных проемов. В районах с жарким климатом в оконных проемах устанавливаются специальные солнцезащитные элементы, в условиях холодного климата — двойное остекление.

Особые требования предъявляются к освещению торгового зала. Для определения степени естественного освещения рассчитывается световой коэффициент ( $K_c$ ) по следующей формуле:

$$K_c = \frac{S_{з.п.}}{S_{п.т.з.}},$$

где  $S_{з.п.}$  — площадь застекленной поверхности;

$S_{п.т.з.}$  — площадь пола торгового зала.

Этот показатель должен составлять не менее 0,125. Естественное освещение наиболее благоприятно, однако оно не всегда достаточно из-за короткого светового дня, неудачного расположения магазина и т. д. Поэтому для освещения торго-



вых залов магазинов широко используется также искусственное освещение. Оно должно быть равномерным, достаточной яркости и иметь благоприятный спектральный состав. Искусственная освещенность торговых залов, как и других помещений магазинов, нормируется в зависимости от характера применяемых электрических ламп (накаливания или люминесцентные).

При решении интерьера торгового зала магазина необходимо учитывать местные особенности и национальные традиции.

Интерьер торгового зала магазина должен отвечать эстетическим и эргономическим требованиям. Фактор эргономики должен учитываться при организации основных функциональных зон, при расстановке и конструировании основных элементов интерьера торгового зала, выборе размеров оборудования.

В интерьерах торговых залов должна широко использоваться реклама, информирующая о наличии товаров, ближайшем их поступлении, расположении торговых отделов, мест отдыха, стола находок и т. п.

## **§ 13.2. Рекламно-информационное оформление магазина**

В торговле используются разнообразные рекламные и информационные средства, многие из которых применяются для рекламного оформления магазина. Они представляют собой носители информации, с помощью которых до покупателей доводится определенное рекламное сообщение.

Рекламно-информационное оформление магазина удобнее осуществлять по предварительно разработанному проекту. При разработке такого проекта следует ознакомиться с расположением здания, его архитектурно-строительными особенностями, технологической планировкой торгового зала, организацией торгово-технологического процесса.

Осуществляя комплексное рекламно-информационное оформление магазина, необходимо придерживаться принятого для него стиля рекламного оформления.

Внешняя информация торгового предприятия, как правило, включает **вывеску**, состоящую из названия магазина, отвечающего типу предприятия, фирменного знака, а также указателя времени работы магазина. Для изготовления вывески можно использовать унифицированные короба, изготовленные обычно из металлических каркасов и белого полистирола. На короба наносится изображение фирменного знака и букв. Короба крепятся на фасаде зданий.

Изготовление и форма вывесок регламентированы. Они регистрируются, за их использование взимается арендная плата.

Кроме вывесок применяются *указатели*, размещаемые вблизи магазинов, на остановках транспорта и в других местах скопления людей. С их помощью можно сообщить адрес магазина, направление движения к нему и т. д.

При входе в магазин должна быть размещена информация не только о времени его работы, но и о расположении основных товарных групп. По мере продвижения покупателя в торговый зал его следует сориентировать так, чтобы он мог без затруднений найти интересующий его потребительский комплекс или товарную секцию, контрольно-кассовый узел и т. д.

С помощью унифицированных рекламных средств, современных методов оформления отдельных зон торгового зала и создания условий для хорошего обозрения товаров можно добиться единого, типового стиля оформления интерьера, характерного для магазинов соответствующей фирмы и определяющего общую картину торгового зала.

Для рекламного оформления магазинов широкое распространение получили **пиктограммы**. С их помощью ориентируют покупателей в торговом зале, информируют о предлагаемых услугах. Они облегчают нахождение товарных групп, отдельных товаров. Разработаны пиктограммы для различных групп товаров и рекомендованы для использования в магазинах различных форм собственности. Выполняются они в реалистической обобщенной манере и представляют собой стилизованное изображение товара, заключенное в рамки различной (для продовольственных и непродовольственных товаров) конфигурации.

При оформлении торгового зала необходимо иметь в виду, что слишком большое количество рекламных элементов плохо воспринимается покупателями. Это особенно характерно для небольших магазинов. Не рекомендуется использовать слишком много контрастных цветов, что вызывает чувство утомления.

При выборе цветов следует учитывать их значение и влияние на человека, а также соответствие назначению товара. Большую роль играют оттенки цвета, а также цветовые сочетания. Так, например, лучше всего воспринимается сочетание цветов синего на белом, черного на желтом, зеленого на белом, черного на белом и хуже всего — красного на зеленом.

Одним из основных элементов оформления магазина является **торговое оборудование**, при выборе и расстановке которого следует учитывать сочетание практической и эстетической сторон. Оно не должно “противоречить” другим элементам оформления торгового зала. Форма и конструкция оборудования, особенности стиля и способов выкладки товаров, сочетание цветов, рекламные тексты должны создавать единый, законченный ансамбль.

Большое влияние на общее впечатление о магазине оказывают **витрины**. Они помогают знакомиться с основным ассортиментом товаров в магазине. Это средство рекламы находится непосредственно на месте продажи товаров, и покупатель, ознакомившись с товаром, рекламируемым в ней, может сразу же купить его. Кроме того, на покупателя существенное влияние может оказать наличие других покупателей, разглядывающих этот же товар в витрине. Известно, что влияние витрин на стимулирование продажи увеличивается в несколько раз, если показ товара в них сочетается с его рекламой в газете или других средствах массовой информации.

С помощью витрин информируют покупателей о товарном профиле магазина, рекламируют новые товары, прогрессивные методы продажи, дополнительные услуги, оказываемые магазином. Они являются украшением магазинов и улиц населенных пунктов.

По характеру оформления витрины принято подразделять на товарные, товарно-декоративные и сюжетные.

В *товарных витринах* не используют декоративные элементы. Для их оформления применяют только товары.

*Товарно-декоративные витрины* оформляют с применением товаров и декоративных элементов (макеты, цветы и т. п.).

*Сюжетные витрины* оформляют по мотивам известных сказок и т. п.

Товарные витрины могут быть узкоспециализированные (для показа какого-либо одного вида товара), специализированные (для экспонирования товаров одной группы) и комбинированные (для показа товаров нескольких товарных групп).

С учетом технического устройства их подразделяют на статические и электродинамические. Для оборудования статических витрин применяют неподвижное витринное оборудование и инвентарь. Электродинамические витрины служат для демонстрации товаров в движении.

В витринах могут также использоваться звуковые установки и световые эффекты.

Для демонстрации образцов скоропортящихся продуктов применяют охлаждаемые витрины.

Оформление товарных витрин должно осуществляться с соблюдением определенных требований. Основным элементом их оформления должны быть натуральные образцы товаров. В витринах должны выставляться только те товары, которые имеются в продаже. Особое внимание должно быть уделено рекламированию новых товаров, с которыми покупатели еще не знакомы.

Нельзя перегружать витрину товарами, декоративными элементами или инвентарем, так как это затрудняет осмотр ее покупателями. На всех выставленных в витрине товарах должны быть ценники.

Размещая в витрине товары и декоративные элементы, следует соблюдать и другие принципы. К их числу относят:

- равновесие;
- устойчивость;
- ритм.

*Равновесие* означает симметричное или асимметричное размещение одинаковых по размерам товаров в витрине.

Для обеспечения принципа *устойчивости* более крупные предметы должны располагаться в основании выставки товаров.

*Ритм* выражается в последовательно повторяющихся, расположенных на одинаковых или пропорциональных расстояниях элементах оформления, что обеспечивает стройность витрины.

При оформлении витрин большое значение придается правильному цветовому решению, которое достигается сочетанием цвета товаров, декоративных элементов и фона витрины. Цветовое решение витрины зависит от рекламируемого товара, времени года, а также от композиции витрины.

Для освещения витрин могут быть использованы люминесцентные лампы, лампы накаливания и зеркальные лампы. Их применяют отдельно или в определенных комбинациях. Освещение витрины должно обеспечить наилучшие условия для восприятия формы, цвета и фактуры демонстрируемых товаров.

Оформление витрин осуществляется на основе предварительно разработанных эскизов. Частота смены оформления витрины зависит от ее назначения и места расположения, особенностей демонстрируемых в ней товаров и некоторых других факторов. Наиболее частой смены экспозиции требуют внутримагазинные витрины.

Товарные витрины нуждаются в постоянном уходе. Нельзя допускать замерзания и запотевания витринных стекол. Они должны быть чистыми и прозрачными. Выставленные в витрине товарные образцы следует предохранять от выгорания, для чего в весенне-летний период года применяют тенты с козырьками.

Эффективное рекламное воздействие на покупателей оказывает **выкладка товаров на торговом оборудовании**. В магазинах, где продажа товаров осуществляется через прилавки обслуживания, товары выкладывают на пристенном и прилавочном оборудовании.

Выкладка должна привлекать покупателей, информировать их об имеющихся в продаже товарах. Здесь широко должны быть использованы пояснительные тексты, ценники и т. д. Существенное значение имеют рациональная выклад-

ка и показ товаров в магазине самообслуживания, где реклама в известной мере принимает на себя функции продавца.

В магазине самообслуживания весь торговый зал должен представлять собой выставку товаров. Выкладка товаров здесь несет основную рекламную нагрузку, помогая покупателю правильно ориентироваться в торговом зале, способствуя ускорению выбора товаров.

Кроме перечисленных средств рекламы в магазинах используют **световую рекламу** в виде вывесок, указателей, табло и т. д. Для их размещения используют фасады и крыши зданий, витрины, торговые залы магазинов.

Применяемые в магазине рекламные средства следует сочетать с **внутримагазинной информацией**. К основным средствам внутримагазинной информации относят указатели, ценники, объявления, информационные схемы.

Средства информации необходимо размещать так, чтобы покупатели при входе в торговый зал получили подробную информацию о размещении товаров, направлениях покупательского потока. *Указатели товарных групп* концентрируются, как правило, в зонах выкладки товаров над торгово-технологическим оборудованием, в проходах или на границе их, у входа в торговый зал. *Информационные указатели* устанавливают перпендикулярно направлению движения покупательских потоков. Уровень их подвески избирается с условием обеспечения наилучшего восприятия их под различными углами зрения.

Выложенные на торговом оборудовании товары должны иметь четкие, правильно оформленные *ценники*. Их изготавливают из бумаги, картона или пластмассы. Бумажные ценники должны содержать следующие реквизиты: наименование товара, артикул, сорт, размер, рост и цену.

Если наименование, вес и сорт товара обозначены на упаковке, то в ценнике указывают только стоимость единицы товара. Удобны крупноформатные ценники, которые информируют покупателей об особенностях товара, способах применения и т. д.

Ценники размещают на различных приспособлениях для выкладки товаров. Некоторые из этих приспособлений (полки, консоли и т. д.) имеют специальные устройства для прикрепления ценников — ценникодержатели.

## **Глава 14. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В МАГАЗИНЕ И ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ**

---

### **§ 14.1. Содержание торгово-технологического процесса в магазине**

*Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения. На этой стадии к осуществлению торгово-технологического процесса товародвижения подключаются розничные покупатели, которые в зависимости от применяемых методов продажи товаров могут играть в нем весьма активную роль.*

Структура торгово-технологического процесса, последовательность выполнения различных операций зависят от степени хозяйственной самостоятельности торгового предприятия, применяемого метода продажи товаров, типа, размера магазина и других факторов.

Большую роль в торгово-технологическом процессе играют коммерческие операции. Их своевременность и качество выполнения влияют на широту и глубину ассортимента предлагаемых товаров, бесперебойность торговли и в целом на качество обслуживания покупателей. К числу таких операций относят изучение спроса покупателей, составление заявок на

завоз товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации. Естественно, что в самостоятельных торговых предприятиях характер коммерческих операций более сложный, чем в магазинах, не обладающих хозяйственной самостоятельностью.

В общем виде схема торгово-технологического процесса в магазине самообслуживания с отделом индивидуально-го обслуживания покупателей через прилавок представлена на рис. 14.1.

Таким образом, торгово-технологический процесс в магазине можно разделить на три основные части:

- 1) операции с товарами до предложения их покупателям;
- 2) операции непосредственного обслуживания покупателей;
- 3) дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

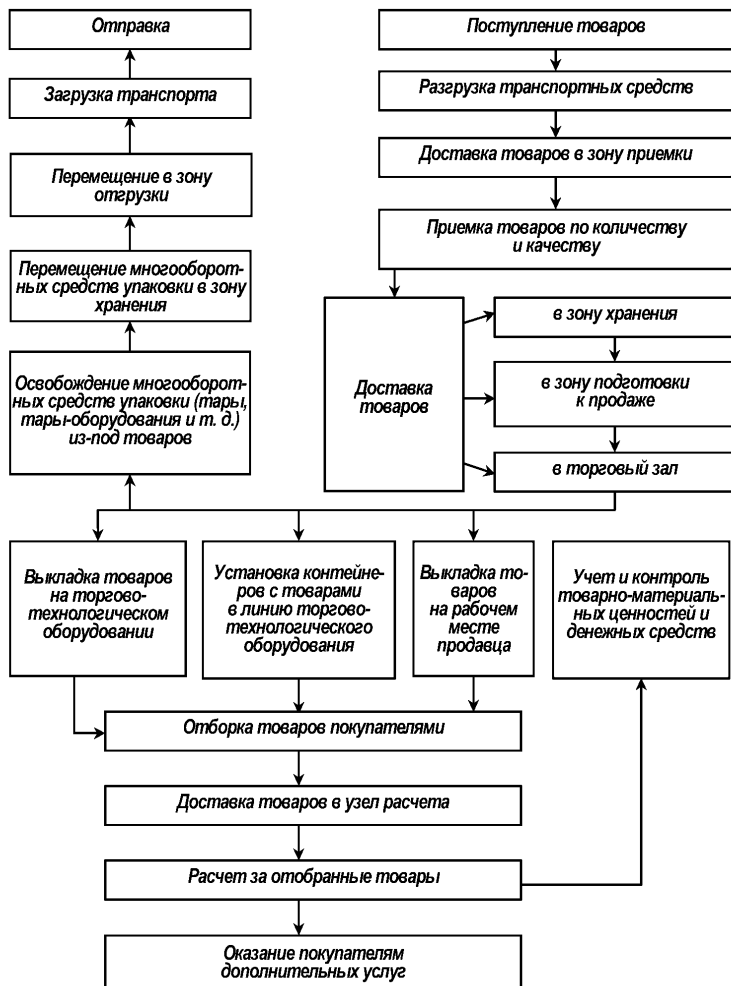
На качество торгового обслуживания существенное влияние оказывают *операции с товарами до предложения их покупателям*. К ним относят:

- разгрузку транспортных средств;
- доставку товаров в зону приемки;
- приемку товаров по количеству и качеству;
- доставку товаров в зону хранения, подготовки к продаже или непосредственно в торговый зал (в зависимости от степени готовности их к продаже);
- хранение товаров;
- подготовку товаров к продаже;
- перемещение товаров в торговый зал;
- выкладку товаров на торговом оборудовании.

Для того чтобы обеспечить высокое качество обслуживания покупателей, в магазине должен постоянно изучаться спрос, который служит основанием для составления заявок на завоз товаров.

Работники магазина обязаны обеспечить квалифицированную приемку поступивших товаров. В магазине должны быть созданы все условия для рационального хранения товаров и подготовки их к продаже. Существенно облегчается процесс непосредственного обслуживания покупателей, если то-





**Рис. 14.1.** Примерная схема торгово-технологического процесса в магазине самообслуживания

вары надлежащим образом подготовлены к продаже, рационально подобран их ассортимент, и они правильно размещены в торговом зале. Особенно большое значение имеют операции с товарами до предложения их покупателям в магазинах самообслуживания.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляют *операции непосредственного обслуживания покупателей*, к которым относятся:

- встреча покупателя;
- предложение товаров;
- отбор товаров покупателями;
- расчет за отобранные товары;
- оказание покупателям дополнительных услуг.

На этой стадии торгово-технологического процесса между покупателями и персоналом магазина возникают межличностные психологические контакты, которые отражают сложные экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров. Поэтому в магазине должны быть созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товаров и т. д.

Третья часть торгово-технологического процесса включает *выполнение операций, связанных с дополнительным обслуживанием покупателей*. Они направлены на оказание им разнообразных услуг, связанных с приобретением товаров (прием предварительных заказов, комплектование подарочных наборов, раскрой тканей и т. д.).

Торгово-технологический процесс в магазине должен основываться на следующих принципах:

- обеспечение комплексного подхода к его построению;
- создание максимальных удобств для покупателей;
- достижение наиболее рационального использования помещений и торгово-технологического оборудования магазина;
- создание для работников магазина благоприятных условий труда и отдыха, обеспечивающих высокую культуру и производительность труда;
- обеспечение необходимой экономической эффективности работы магазина.

## **§ 14.2. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине**

Транспортные средства, доставившие товары в магазин, должны быть без задержки приняты и разгружены. Разгруз-

ку следует осуществлять с соблюдением общих правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ. Автоконтейнеры разгружают с помощью гидрокрана, которым оборудован автомобиль. Товары, уложенные на поддоны, снимают с автомобиля электропогрузчиком. Колесные контейнеры (тара-оборудование) сгружают с помощью средств, которыми оборудован автомобиль, или ручного водила.

Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки. Приемка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса магазина и должна проводиться лицами, на которых возложена материальная ответственность. Приемке и оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий.

Приемка товаров по количеству и качеству в магазине должна осуществляться в соответствии с правилами, установленными в инструкциях “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству” и “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству”<sup>1</sup>. Установленные этими инструкциями нормы применяются во всех случаях, если в стандартах, технических условиях или других обязательных правилах не предусмотрен иной порядок приемки товаров. Лица, участвующие в приемке товаров, должны хорошо знать эти документы и уметь ими пользоваться.

**Приемка товаров по количеству** заключается в сверке массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями счетов-фактур, товарно-транспортных накладных и других сопроводительных документов. Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то на фактически поступившее их количество составля-

---

<sup>1</sup> В соответствии с постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 22 октября 1997 г. № 18 порядок приемки товаров по количеству и качеству, установленный данными инструкциями, может применяться только в случаях, когда это предусмотрено договором поставки.

ют акт с указанием в нем отсутствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение.

Приемку товаров по количеству проводят в определенные сроки. Так, товары, поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре, следует принимать в момент их доставки в магазин. Товары, поступившие в исправной таре, по массе брутто и количеству мест принимают в момент получения их от поставщика, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте — одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а скоропортящиеся товары — не позднее 24 ч с момента получения товаров. Для районов Крайнего Севера, отдаленных районов и других районов досрочного завоза установлены более продолжительные сроки приемки товаров по количеству. Так, приемка непродовольственных товаров проводится не позднее 60 дней, продовольственных (кроме скоропортящихся) — не позднее 40 дней, а скоропортящихся товаров — не позднее 48 ч после поступления.

Количество поступивших товаров определяют в тех же единицах измерения, которые указаны в сопроводительных документах.

Массу нетто проверяют в порядке, установленном стандартами, техническими условиями и иными обязательными для сторон правилами. Массу тары проверяют одновременно с массой нетто товара. Результаты проверки оформляют актами. Акт о массе тары должен быть составлен не позднее 10 дней после ее освобождения, а о массе тары из-под влажных товаров — немедленно после ее освобождения, если иные сроки не определены в договоре. В акте о результатах проверки массы тары указывают также массу нетто товаров.

Выборочная проверка количества товаров с распространением ее результатов на всю партию допускается лишь в случаях, предусмотренных стандартами, техническими условиями или иными обязательными правилами и договорами.

Если в процессе приемки будет выявлена недостача, то приемку товаров следует приостановить. Необходимо обеспечить сохранность товаров, а также принять меры к тому, чтобы они не смешались с другими однородными товарами.

О выявленной недостатке составляют акт за подписями лиц, принимавших товар<sup>1</sup>.

При несоответствии массы брутто отдельных мест массе, указанной в транспортных или сопроводительных документах либо на трафарете, магазин не должен вскрывать тару и упаковку.

Для участия в окончательной приемке товаров и составления двустороннего акта следует пригласить представителя однородного отправителя. Если товары получены в оригинальной упаковке или в нарушенной таре изготовителя, не являющегося отправителем, вызывают представителя однородного изготовителя. Представитель иногогородного изготовителя вызывается в тех случаях, когда это предусмотрено договором. Представитель однородного отправителя (изготовителя) должен прибыть не позднее чем на следующий день после получения вызова, если в нем не указан иной срок явки, а по скоропортящимся товарам — в течение 4 ч после получения вызова.

Представитель иногогородного отправителя (изготовителя) обязан явиться не позднее чем в трехдневный срок после получения вызова, не считая времени, необходимого для проезда, если иной срок не предусмотрен договором.

Вызов представителя отправителя (изготовителя) направляется по телеграфу или телефону не позднее 24 ч, а по скоропортящимся товарам — немедленно после обнаружения недостатка. В уведомлении о вызове указывают наименование продукции, дату и номер сопроводительного документа, а также количество недостающей продукции.

При неявке представителя поставщика в установленные сроки, а также в случаях, когда его вызов не обязателен, дальнейшую приемку проводят с участием представителя общественности организации, в ведении которой находится магазин. Представитель общественности выделяется решением профсоюзного комитета. Материально ответственные и подчиненные им лица, а также лица, связанные с учетом, хранением, приемкой и отпуском материальных ценностей, не мо-

---

<sup>1</sup> Сведения о содержании и форме акта см. в § 5.2.

гут быть представителями общественности, выделяемыми для участия в приемке товаров в магазине. Нельзя выделять в качестве представителя общественности предприятия-получателя: руководителей магазинов или их заместителей, даже если они не являются материально ответственными лицами; бухгалтеров, товароведов, работа которых связана с учетом, хранением, приемкой и отпуском материальных ценностей; работников юридической службы.

По результатам окончательной приемки товаров составляют акт. В нем указывают количество недостающих товаров, их стоимость, приводят сведения о том, что определение количества товара проводилось на исправных весах или другими измерительными приборами, поверенными в установленном порядке, и другие сведения<sup>1</sup>. К нему прилагают копии сопроводительных документов, документ, удостоверяющий полномочия выделенного для участия в приемке товаров представителя, и другие материалы, предусмотренные правилами приемки товаров.

Если при приемке товаров выявлены излишки, то об этом также составляют акт.

Претензии о недостатке товаров, как и уведомление об излишках, направляют поставщику в течение месяца после составления акта, а в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях — в течение двух месяцев.

Если товары поступили в таре-оборудовании с исправными пломбами, то получатель обязан при их приемке от органов транспорта проверить соответствие количества единиц тары-оборудования данным, указанным в сопроводительных документах, а также исправность тары-оборудования и чехлов и соответствие оттисков на пломбах контрольным оттискам. Удостоверившись в исправности тары-оборудования и чехлов, работник магазина, принимающий товары, делает отметку в сопроводительных документах о том, что товары приняты за исправной пломбой. Окончательная приемка товаров осуществляется без участия лица, доставившего товар.

При нарушении целостности пломбы или неисправности тары-оборудования составляют акт, в котором указыва-

---

<sup>1</sup> Более подробные сведения о содержании акта см. в § 5.2.

ют расхождения по всей поступившей партии товаров с сопроводительными документами. Акт составляют по установленной форме в четырех экземплярах.

**Приемка товаров по качеству** должна быть проведена в установленные сроки. Если поставщик находится в том же населенном пункте, где расположен магазин, то поступившие от него товары принимают в течение 10 дней (скоропортящиеся — в течение 24 ч) с момента их получения. При иногородней поставке срок приемки товаров составляет 20 дней с момента их поступления, а по скоропортящимся продуктам — остается прежним. В районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях приемка непродовольственных товаров должна быть проведена не позднее 60 дней, продовольственных (кроме скоропортящихся) — не позднее 40 дней, а скоропортящихся товаров — не позднее 48 ч с момента их поступления в магазин. В эти же сроки следует составить акты о результатах проверки качества поступивших товаров.

В процессе приемки работники магазина выявляют качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров установленным требованиям. Если при приемке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают и составляют односторонний акт. В нем указывают количество осмотренных товаров и характер выявленных дефектов. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров.

Для окончательной приемки товаров создается комиссия. В ее работе должен участвовать представитель однородного отправителя (изготовителя) или, если это предусмотрено договором, представитель иногороднего отправителя (изготовителя). Вызов представителя отправителя (изготовителя), а также его явка для участия в двусторонней приемке товаров по качеству должны осуществляться в те же сроки, что и при приемке товаров по количеству.

Акт о ненадлежащем качестве (некомплектности) товаров составляют с участием представителя поставщика, а при его неявке — с участием представителя общественности, назначенного в установленном порядке. Проверку качества това-

ров в одностороннем порядке магазин может производить в том случае, если такой порядок приемки предусмотрен договором.

Акт о приемке товаров по качеству содержит следующие сведения:

- наименование и адрес магазина-получателя товаров;
- номер и дату составления акта;
- место приемки товаров, время начала и окончания приемки;
- фамилии, инициалы лиц, принимавших участие в приемке товаров по качеству и составлении акта, место их работы, занимаемые должности, дату и номер документа о полномочиях представителя на участие в проверке качества товаров, а также указание о том, что эти лица ознакомлены с правилами приемки товаров по качеству;
- наименование и адрес изготовителя (отправителя) и поставщика;
- дату и номер уведомления о вызове представителя изготовителя (отправителя) или отметку о том, что вызов представителя изготовителя (отправителя) не предусмотрен;
- дату и номер договора на поставку товаров и сопроводительных документов;
- дату прибытия груза на станцию назначения, время его выдачи транспортной организации, время вскрытия транспортного средства, время доставки груза в магазин;
- номер и дату коммерческого акта (акта, выданного органом автомобильного транспорта), если он был составлен при получении товара;
- условия хранения товаров на складе магазина до составления акта;
- состояние тары и упаковки в момент осмотра товаров;
- исправность пломб и правильность оттисков на них.

Указывают также количество (массу), полное наименование и список предъявленных к осмотру и фактически проверенных товаров с выделением забракованных, а также тех товаров, качество которых не соответствует качеству, указанному в соответствующем документе. Отмечают, на каком основании товары переводятся в более низкий сорт, номера стандартов, по которым проверялось качество товаров. Здесь



же необходимо дать заключение о характере выявленных дефектов и причинах их возникновения.

В акт могут быть внесены и другие данные, которые, по мнению лиц, участвующих в приемке, необходимо указать для подтверждения ненадлежащего качества товаров.

О скрытых недостатках, обнаруженных в товарах с гарантийным сроком, акт составляют в течение пяти дней с момента их выявления, но в пределах установленного гарантийного срока. Акт о скрытых недостатках товаров, гарантийный срок на которые не установлен, составляют в пятидневный срок с момента обнаружения дефекта, но не позднее четырех месяцев со дня поступления товаров.

Магазин обязан принять на временное хранение недоброкачественные или некомплектные товары до принятия поставщиком решения об их дальнейшем использовании.

Претензия о несоответствии качества (некомплектности) товаров должна быть заявлена поставщику в те же сроки, что и претензия о несоответствии количества товаров. К ней должен быть приложен акт и все другие документы (сопроводительные и т. д.).

Если недоброкачественность обнаружена покупателем, то к акту магазина прикладывают: заявление покупателя с заключением магазина, фабричный ярлык или копию товарного чека и документы, подтверждающие стоимость ремонта.

### **§ 14.3. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже**

После приемки товары доставляют в помещения для хранения. Процесс **хранения товаров в магазине** предусматривает их правильное размещение и укладку, создание оптимального режима, наблюдение и текущий уход за товарами. Сохранность количества и качества товаров в процессе их хранения должны обеспечить материально ответственные лица.

Товары, поступившие от поставщика в таре-оборудовании и подлежащие хранению непродолжительное время, размещают в той же таре-оборудовании.

Пакетированные товары хранят на поддонах и подтоварниках, товары в промышленной таре — на стеллажах и подтоварниках.

Размещаемые на хранение товары группируют по признаку однородности режимов хранения. При этом учитывают их физико-химические и биологические свойства, правила товарного соседства и санитарно-гигиенические требования.

Непродовольственные товары, а также продовольственные товары с длительными сроками реализации (нескоропортящиеся товары) хранят при температуре 10–18 °С и относительной влажности воздуха 60–70%.

Товары, воспринимающие посторонние запахи, должны быть изолированы от товаров, обладающих острыми запахами. Гигроскопические товары нельзя хранить совместно с товарами, выделяющими влагу.

Для размещения гастрономических товаров используют холодильные камеры или шкафы, при этом копчености и колбасные изделия хранят в подвешенном состоянии.

Рыбные тузлучные товары должны быть полностью покрыты тузлуком.

Диетические яйца хранят при температуре от 0 до 20 °С — 7 дней, столовые — при температуре не выше 20 °С — 25 суток, при температуре от 0 до –2 °С — не более 120 суток.

Сухие детские молочные смеси хранят на предприятиях торговли при температуре не выше 10 °С и относительной влажности воздуха не более 75%. Реализация их должна осуществляться в сроки, установленные для каждого вида продукта.

Мороженое промышленного производства хранят при температуре не выше –12 °С.

Майонез хранят в затемненных помещениях при температуре от 3 до 18 °С и относительной влажности воздуха не более 75% в соответствии с установленными сроками хранения для каждого вида продуктов.

Охлажденная рыба должна храниться в таре, в которой она поступила от поставщика. Температура ее хранения должна быть –2 °С. Срок хранения — 48 ч. Мороженая рыба хранится в ящиках, уложенных в штабеля с прокладкой реек

между ними, в соответствии с требованиями нормативно-технической документации.

Живая рыба хранится в аквариуме, в теплое время года — не более 24 ч, в холодное — не более 48 ч при температуре 10 °С в чистой воде.

Хранение сыпучих продуктов должно производиться в сухих, чистых, хорошо проветриваемых помещениях, не зараженных амбарными вредителями, при относительной влажности воздуха не более 75%. Нерасфасованные продукты хранят в мешках штабелями на поддонах, на расстоянии 50 см от стен, с разрывом между штабелями не менее 75 см.

Поваренная пищевая соль хранится изолированно от других продуктов. Йодированная соль имеет гарантийный срок хранения 6 месяцев с момента выработки, по истечении которого она реализуется как обычная пищевая.

В холодильных камерах и шкафах при температуре 6 °С хранят мясо и мясные продукты, уложенные на подтоварники или подвешенные на крюках. Для удлинения срока хранения охлажденного мяса с 5 до 25 суток может быть использована технология хранения, основанная на сочетании холодильного эффекта с действием ультрафиолетовых лучей.

Овощи и фрукты хранят в затаренном виде в хорошо вентилируемых кладовых без естественного освещения.

Замороженные плоды и овощи хранят в низкотемпературных холодильных камерах и прилавках при температуре не выше -18 °С в течение 3–5 дней.

Очень ограниченные сроки хранения (от 6 до 36 ч) имеют торты, пирожные, бисквитные рулеты, относящиеся к особо скоропортящимся продуктам. Их хранят при температуре 2–6 °С.

Вина хранят при температуре 8–16 °С, пиво — не выше 12 °С, газированные безалкогольные напитки, морсы и квасы — при температуре 2–12 °С.

Специфических условий хранения требуют и непродовольственные товары. Так, верхнее готовое платье развешивают на плечиках в шкафах или на вешалах. Белье размещают стопками или в коробках на полках стеллажей. Ткани, штучные текстильные изделия в коробках хранят на стеллажах.

Трикотажные изделия хранят рассортированными по видам, моделям, размерам, ростам и другим признакам.

Кожаную обувь в коробках укладывают рядами не более восьми в высоту, обувь без коробок — не более пяти рядов, причем обязательно прокладывают картон между рядами. Резиновую обувь хранят на полках стеллажей в фабричной упаковке или распакованной. Валяную обувь хранят в фабричной упаковке штабелями с высотой укладки не более 1,5 м.

Головные уборы хранят в коробках на стеллажах или в ящиках, уложенных штабелями на деревянных настилах.

Меховые товары рекомендуется хранить в вентилируемых, слабоосвещенных помещениях при температуре 0–8 °С. Меховую одежду размещают на вешалах в полиэтиленовых чехлах.

Художественные изделия следует хранить в сухих отапливаемых помещениях, не допуская резких колебаний температуры.

Для хранения ювелирных изделий из драгоценных металлов используют нескороаемые шкафы.

Стеклянные и керамические изделия хранят распакованными на полках стеллажей.

Ковры и ковровые изделия укладывают в штабеля на подтоварники на расстоянии от пола не менее 20 см в расправленном виде лицевой стороной вверх.

Большинство культтоваров, электротовары хранят в заводской упаковке. Крупногабаритные товары размещают на подтоварниках, товары в небольшой промышленной упаковке — на стеллажах.

Хранение непродовольственных товаров в магазине может быть организовано по товарным группам (обувь, готовое платье и т. д.) или по потребительским комплексам (“Товары для женщин”, “Товары для дома” и т. п.). При хранении товаров по потребительским комплексам необходимо выделение общей распаковочной зоны (помещения) для сортировки и комплектования товаров для различных потребительских комплексов.

Температуру и относительную влажность воздуха в помещениях контролируют при помощи термометров и псих-

рометров, при необходимости регулируют. При повышенной влажности воздуха помещения проветривают, отапливают или используют влагопоглощающие средства, при пониженной — воздух в помещениях увлажняют (разбрызгивают воду и т. д.).

Размещая товары на хранение, необходимо учитывать длительность их хранения, очередность поступления и подачи в торговый зал. В первую очередь в торговый зал подают ранее завезенные товары.

Ближе к дверям, на нижних полках стеллажей размещают товары краткосрочного хранения, а также громоздкие и тяжелые товары. В глубине помещений хранят товары, реализация которых осуществляется сравнительно медленно.

За каждой группой товаров закрепляют постоянные места хранения. Товары хранят в упакованном или распакованном виде, используя штабельный или стеллажный способ укладки. Способы укладки зависят от свойств товаров, вида тары и т. д.

На стеллажах размещают товары в распакованном виде. Укладывают их стопками, рядами, маркировкой наружу. Для облегчения подсчета товаров рекомендуется укладывать их в округленных количествах (десятками и т. д.).

В штабелях хранят товары, затаренные в мешки, бочки, ящики, а также громоздкие и крупногабаритные. При штабельной укладке используют подтоварники или поддоны. При определении высоты штабельной укладки учитывают установленную предельную норму нагрузки на  $1 \text{ м}^2$  пола, прочность тары и упаковки, вид груза и т. д. Если в магазине не используются механизмы для подъема груза, то грузы массой более 50 кг нельзя укладывать в штабеля высотой, превышающей 2 м.

Размещенные на стеллажах и в штабелях товары должны находиться на расстоянии не менее 1 м от отопительных устройств и не менее 50 см от источников освещения и электропроводки. Укладка товаров должна обеспечивать нормальную циркуляцию воздуха. На товары не должны попадать прямые солнечные лучи.

В помещениях для хранения товаров необходимо строго соблюдать санитарный режим. Хранящиеся в магазине товары

следует периодически просматривать, переукладывать, очищать от пыли, регулярно проводить дератизацию и дезинсекцию.

В процессе хранения товаров, так же как и при осуществлении других технологических операций (подготовка товаров к продаже и т. д.), в магазине могут возникнуть товарные потери (естественная убыль и активируемые потери), размеры которых при рациональной организации хранения можно свести к минимуму<sup>1</sup>.

Перед подачей в торговый зал товары надо полностью подготовить к продаже.

**Подготовка товаров к продаже** заключается в их распаковке, сортировке, очистке, фасовке, упаковке, утюжке, маркировке и т. д. Количество подготовительных операций в магазине зависит от степени подготовленности товаров к продаже в момент поступления в магазин, сложности ассортимента и других факторов.

При распаковке товары освобождают от внешней транспортной тары, сортируют, т. е. группируют по ассортиментным признакам (размер, фасон и т. д.), очищают от пыли, загрязнений, антикоррозионных смазочных веществ, устраняют их мелкие дефекты.

Все эти подготовительные операции целесообразно проводить в специальных помещениях с соответствующим образом оборудованными рабочими местами. Например, для подготовки к продаже электротоваров в магазине должно быть помещение, оборудованное сетевыми электрическими розетками и телевизионными антеннами. Здесь проверяют наличие инструкций по эксплуатации и паспортов, комплектность изделий и их работоспособность. При необходимости удаляют мелкие неисправности, вызванные транспортированием.

Швейные изделия, готовые к продаже, подбирают по размерам и ростам, устраняют в них мелкие дефекты, чистят и утюжат. Для утюжки выделяется специальное помещение, оборудованное гладильными досками.

Шерстяные и шелковые ткани перед подачей в торговый зал перемеривают и накатывают на специальные дощечки, на торцах которых указывают артикул, сорт и цену ткани.

---

<sup>1</sup> О нормировании естественной убыли см. в § 5.3.

Некоторые мелкие изделия металлической галантереи предварительно фасуют в пакетики по 10, 15 и 20 шт. Ленты, кружева и другие подобные товары наматывают на фанерные или картонные планшеты.

При подготовке к продаже парфюмерно-косметических товаров особенно тщательно проверяют качество упаковки.

Перед подачей в торговый зал фото- и видеоаппаратуры следует проверить их исправность. Музыкальные товары необходимо привести в рабочее состояние.

Велосипеды и мотоциклы очищают от смазки, собирают, комплектуют и проверяют работу их основных механизмов.

Значительная часть продовольственных товаров поступает в нерасфасованном виде, и фасовка их осуществляется непосредственно в магазинах. В основном фасуют сыпучие бакалейные товары, кондитерские изделия, овощи, фрукты.

В магазинах товары фасуют, как правило, при помощи простейших приспособлений или на настольных циферблатных весах в специальных помещениях (зонах) площадью не менее 6 м<sup>2</sup>. Зону для фасовки располагают в непосредственной близости от зоны хранения товаров и вблизи торгового зала. Рабочее место фасовщика оснащают соответствующими инвентарем и упаковочными материалами. В магазинах с достаточно большим объемом фасовки товаров применяют специальные устройства или приспособления.

Перед доставкой в торговый зал товары маркируют и укладывают в лотки, корзины, ящики, тележки или тару-оборудование.

## **§ 14.4. Размещение и выкладка товаров в торговом зале**

Товары доставляют в торговый зал в то время, когда в нем находится минимальное количество покупателей, чтобы не препятствовать процессу продажи. Для перемещения товаров используют тележки или тару-оборудование.

Эффективность работы магазинов, качество обслуживания покупателей во многом зависят от рационального раз-

мещения товаров в торговом зале. Оно позволяет правильно спланировать покупательские потоки, сократить время на отборку товаров, увеличить пропускную способность магазина, уменьшить затраты труда персонала магазина при пополнении товарных запасов в торговом зале. Поэтому **размещение товаров в торговом зале магазина** следует осуществлять с учетом следующих основных требований:

- предоставления покупателям возможности ориентироваться в размещении комплексов, микрокомплексов и товарных групп и совершения покупки в минимально короткий срок;
- создания условий комфортности во время пребывания покупателей в магазине;
- предоставления покупателям необходимой информации и широкого круга услуг;
- оптимального использования торговых площадей магазина;
- обеспечения сохранности материальных ценностей;
- организации рациональных товарных потоков и расчетных операций с покупателями.

При размещении товаров в торговом зале необходимо соблюдать правила товарного соседства. За каждой товарной группой следует закреплять постоянную зону размещения. Товары, которые подготавливают к продаже в магазине, размещают ближе к зоне, где выполняются подготовительные операции. Крупногабаритные товары надо размещать рядом с зоной расчета или выходом из торгового зала. Товары, требующие длительного ознакомления с ними покупателей, располагают в глубине торгового зала, чтобы не создавались помехи движению покупательских потоков. С соблюдением этого принципа размещают и товары, пользующиеся частым спросом.

Товары с высокой оборачиваемостью нужно расположить ближе к источникам пополнения.

Однородные товары лучше размещать концентрированно. Но если одни и те же товары входят в состав различных комплексов, а также если их концентрация приводит к задержке покупательского потока, то допустимо их размещение в разных местах торгового зала.



На первых этажах магазинов необходимо располагать товары более частого спроса и не требующие длительного выбора.

Площади под отдельные товарные группы выделяют с учетом доли соответствующих групп товаров в продаже и их оборачиваемости.

Для размещения товаров в торговом зале магазина используют различные типы торговой мебели, тару-оборудование, торговое холодильное оборудование. Очень важно рационально расположить товары на торговом оборудовании, т. е. эффективно использовать площадь выкладки, емкость торгового оборудования и предоставить покупателям максимум удобств для отборки товаров.

**Выкладка товаров на торговом оборудовании** производится с учетом следующих принципов:

- однородные товары выкладывают по вертикали, обеспечивая тем самым лучшую их обозримость;
- целесообразно применять простейшие приемы выкладки товаров (прямую укладку, навалом и т. д.);
- декоративную выкладку товаров рекомендуется использовать только с рекламной целью;
- полки горок и другие элементы для выкладки товаров не следует переполнять товарами;
- в оптимальной зоне обозреваемости (на расстоянии 1100–1600 мм от пола) необходимо размещать товары, быстрая реализация которых предпочтительна;
- выкладка товаров в торговом зале должна быть насыщенной;
- сопутствующие товары следует размещать навалом в различных местах (у торцовых стенок, контрольно-кассовых узлов и т. д.), используя для этих целей корзины или кассеты.

При выкладке товаров в упаковке рекомендуется отдельные образцы оставлять без упаковки или в прозрачной упаковке, чтобы покупатель мог ознакомиться с ними.

Размещая товары в зале и выкладывая их на торговом оборудовании, необходимо учитывать методы их продажи, конфигурацию торгового зала и т. д. Большое значение при этом имеют особенности отдельных товаров, их упаковка.

Гастрономические изделия выкладывают в охлаждаемых витринах различными способами:

- колбасные изделия и копчености — в несколько рядов, при этом верхний батон или другое изделие разрезают и кладут срезом в сторону покупателя;

- фасованные колбасные изделия и мяскопчености, упакованные в полимерную пленку или пергаментную бумагу, раскладывают по видам и сортам.

Фасованные сыры, животное масло, маргарин и жиры выкладывают стопками или в несколько рядов по массе фасовки, видам, цене.

Бутылки и пакеты с молоком и другими молочными продуктами, расфасованную сметану и творог выставляют на открытых холодильных прилавках рядами.

Фасованное мясо и мясoproдукты выкладывают в охлаждаемых прилавках-витринах по видам и сортовым отрубам на эмалированных поддонах, а нефасованные мясо и мясoproдукты — кусками на поддонах по видам и сортам.

Мороженую рыбу выкладывают в низкотемпературных прилавках и витринах, охлажденную — в охлаждаемых прилавках-витринах.

Соленые тузлучные рыбные товары выкладывают в окорятах с тузлуком, соленую рыбу без тузлука — на противнях и в окорятах спинками вверх.

Скоропортящиеся кондитерские изделия выкладывают в охлаждаемом оборудовании.

Расфасованные бакалейные товары и нескоропортящиеся кондитерские изделия выкладывают на полках пристенных и островных горок по наименованиям. В зависимости от вида фасовки их укладывают рядами или стопками.

Для размещения в торговом зале расфасованных овощей и картофеля удобно применять тару-оборудование.

Хлеб и хлебобулочные изделия выкладывают рядами на полках пристенных или островных горок или используют для этих целей тару-оборудование с защитным экраном, наличие которого необходимо для обеспечения санитарных требований. Для размещения хлеба и хлебобулочных изделий могут применяться шкафы, изготовленные из модульных элементов.

Ткани группируют по видам, назначению и артикулам и выкладывают рулонами на наклонных полках пристенных и островных горок. Для укладки тяжелых тканей используют специальные столы. Образцы тканей вывешивают на специальных консолях горок.

Готовую одежду на плечиках размещают на вешалах или других видах оборудования по половозрастному признаку, группам и видам. Каждый вид одежды группируют по размерам, ростам, фасонам и расцветкам.

Белье и трикотажные изделия укладывают на полки или подвешивают на штанги пристенных и островных горок.

Для выкладки образцов головных уборов применяют специальные консоли пристенных и островных горок или полки этого оборудования. Перед выкладкой их группируют по половозрастному признаку, материалу изготовления, фасонам, расцветкам и размерам.

Обувь выкладывают на специальных консолях пристенных и островных горок. Размещают ее по половозрастному признаку, размерам и видам.

Галантерейные товары перед выкладкой сначала группируют по видам (текстильная, металлическая и т. д.), а затем — по признаку общности использования (например, нитки и иголки и т. д.). Размещают их на полках, консолях, в кассетах и т. д.

Игрушки, сгруппированные по возрастному признаку, видам материалов, педагогическому назначению, выкладывают на полках или в кассетах горок. Некоторые игрушки (резиновые, пластмассовые и т. п.) удобно размещать навалом в специальных контейнерах. Детские велосипеды, коляски, санки и другие громоздкие товары располагают на подиумах.

Школьно-письменные и канцелярские товары размещают на полках или в кассетах островных и пристенных горок, подразделяя их на подгруппы (принадлежности для черчения, изделия из бумаги и картона и т. д.).

Образцы музыкальных товаров выставляют на перфорированных щитах или полках горок.

На специальных столах, стендах или полках горок выставляют образцы бытовой техники и электроники.

Крупногабаритные товары (стиральные машины, холодильники, велосипеды, тяжелый спортивный инвентарь и т. д.) располагают на подиумах.

При размещении хозяйственных товаров рекомендуется группировать их по потребительским комплексам, внутри которых их следует подразделять на отдельные группы (например, посуда стеклянная, металлическая и т. д.). Мелкоштучные товары выкладывают в кассетах, другие товары — на полках пристенных и островных горок или специальных стендах. Люстры подвешивают на специальных приспособлениях.

Сгруппированные по назначению и другим признакам парфюмерные и косметические товары выкладывают на полках горок или прилавках-витринах.

Для демонстрации и продажи ювелирных изделий, часов, сувениров используют пристенные горки с разнообразными приспособлениями и навесными витринами, а также прилавки-витрины. Изделия из драгоценных металлов и ручные часы выкладывают в витринах на черном бархате с подсветом. Настенные часы и сувениры, требующие подвески, крепят на перфорированных щитах оборудования, другие изделия выкладывают на полках и в кассетах горок.

Ковры и ковровые изделия можно показывать с помощью вращающегося приспособления, подвешивая их на вешалах-штангах, а также в развернутом виде в штабелях.

Выкладывают товары на оборудовании этикетками и рисунками на упаковке в сторону, обращенную к покупателям. Товары снабжают ценниками, закрепляемыми в специальных держателях.

## **§ 14.5. Организация и технология розничной продажи товаров**

Продажа товаров — завершающая стадия торгово-технологического процесса в магазине. Операции, выполняемые на этой стадии, являются наиболее ответственными, так как они связаны с непосредственным обслуживанием покупателей.

*Характер и структура операций по продаже товаров зависят в первую очередь от ассортимента реализуемых товаров и методов их продажи. Так, на выбор товаров повседневного спроса покупатель затрачивает значительно меньше времени, чем на товары периодического или редкого спроса. Существенно различается содержание операций по продаже товаров в магазинах, применяющих различные методы продажи. Под методами продажи понимают совокупность приемов и способов реализации товаров покупателям.*

В розничной торговле применяют следующие методы продажи товаров:

- самообслуживание;
- индивидуальное обслуживание покупателей (через прилавки обслуживания);
- по образцам;
- с открытой выкладкой;
- по предварительным заказам.

**Продажа товаров на основе самообслуживания** — один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров. Этот метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределить функции между работниками магазина. Оплата за отобранные товары осуществляется в контрольно-кассовом узле расчета магазина. При самообслуживании изменяется технологическая планировка торгового зала и других помещений магазина, организация материальной ответственности, товароснабжение, а также функции работников магазина.

Этот метод применяется при продаже большинства продовольственных и непродовольственных товаров. Исключение составляют бытовые электроприборы и машины, холодильники, ковры и ковровые изделия, сервизы и хрусталь, велосипеды, мотоциклы, моторы, лодки, палатки, радио- и телевизионная аппаратура, радиодетали, ювелирные изделия, часы,

сувениры и некоторые другие товары, так как при их выборе покупатели, как правило, нуждаются в помощи продавцов. Эти товары, а также товары, требующие нарезки, упаковки и т. д., продают в магазинах самообслуживания через прилавок индивидуального обслуживания.

В магазинах самообслуживания функции работников торгового зала сводятся в основном к консультированию покупателей, выкладке товаров и контролю за их сохранностью, выполнению расчетных операций. Процесс продажи в них состоит из следующих основных операций:

- встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации о реализуемых товарах, оказываемых услугах и т. д.;
- получение покупателем инвентарной корзины или тележки для отбора товаров;
- самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в контрольно-кассовый узел магазина;
- подсчет стоимости отобранных товаров;
- оплата купленных товаров и получение чека;
- упаковка приобретенных товаров и укладка их в сумку покупателя;
- возврат инвентарной корзины или тележки для отбора товаров на место их концентрации.

Перечень этих операций может быть расширен при продаже технически сложных товаров, когда требуется помощь продавца-консультанта (его консультация, проверка комплектности, исправности товаров и т. д.).

Торговый персонал должен обеспечивать строгое соблюдение установленных правил торговли. Так, не разрешается требовать от покупателей, входящих в торговый зал магазина самообслуживания, предъявления приобретенных ими в других магазинах товаров, ставить на них штампы или какие-либо отметки, а также обязывать оставлять личные вещи. При желании покупатель может оставить у входа в торговый зал хозяйственную сумку, портфель и т. д., при этом магазин обязан обеспечить их сохранность.

Отобранные товары покупатели укладывают в инвентарную корзину или тележку и доставляют в контрольно-

кассовый узел. Здесь происходит расчет как за товары, отобранные покупателем, так и за товары, отпущенные ему через прилавок обслуживания (в магазинах, где не все товары продают по методу самообслуживания). В контрольно-кассовом узле покупателю вручают кассовые чеки, служащие подтверждением правильности расчетов и в случае необходимости основанием для обмена товаров. Запрещено устраивать двойной контроль при расчетах с покупателями. Администрация магазина имеет право проводить лишь выборочную проверку правильности оплаты и контролировать работу кассира.

Для того чтобы ускорить расчетные операции с покупателями, в магазине рекомендуется оборудовать единый контрольно-кассовый узел. Напряженность работы контролеров-кассиров в часы пик следует регулировать. Для расчетов с покупателями, совершившими мелкие покупки (1–5 предметов), выделяют “экспресс-кассы”. Ускорению расчетов с покупателями способствует также применение быстроедействующих и автоматизированных кассовых машин, а также механизированных расчетных узлов с устройством для автоматической выдачи сдачи, конвейером для перемещения товаров и другими устройствами, облегчающими и ускоряющими расчетные операции с покупателями.

За рубежом, а также в некоторых российских магазинах в последнее время успешно внедрены *магазинные карты*, которые практически аналогичны банковским картам и основаны на той же аппаратно-программной платформе. Их использование позволяет не только упростить расчетные операции в магазине, но и систематически проводить работу по совершенствованию маркетинговой политики и борьбы за покупателя. Выпуская специальные карты и распространяя их среди своих клиентов, магазин тем самым осуществляет их закрепление, “привязку” к себе.

Наличие карты дает право покупателю рассчитывать на особое отношение к себе со стороны магазина и автоматически делает его привилегированным клиентом, что выражается в виде доступа к системе торговых скидок или предоставления дополнительных услуг (бесплатная рассылка катало-

гов торговой фирмы, информация о новых товарах, заказ по телефону и т. д.). При этом магазин может проводить определенную маркетинговую политику, устанавливая размеры торговых скидок в зависимости от социальной группы и индивидуального покупательского поведения клиента.

Магазинные карты бывают двух видов: *дисконтные* и *предоплатные (расчетные)*.

Заплатив вступительный взнос, держатель дисконтной карты впоследствии каждый раз при предъявлении ее получает установленную торговую скидку.

Клиент, имеющий предоплатную карту, вносит собственные денежные средства в кассу магазина в виде авансового платежа за еще не купленный товар. В дальнейшем при обслуживании осуществляется простое списывание средств клиента с карты. Для того чтобы заинтересовать покупателя в наличии предоплатной карты, магазины разрабатывают, как правило, соответствующую систему торговых скидок и услуг, предлагаемых клиенту. Таким образом, расчетная (предоплатная) карта включает в себя элементы, присущие дисконтным картам.

Использование магазинных карт благотворно влияет на товарооборот магазина. Кроме того, приобретая предоплатные карты, клиент фактически кредитует магазин на стоимость еще не отпущенного товара, что дает магазину дополнительные заемные средства, а также способствует повышению статуса и престижа данного торгового предприятия. Магазинная карта является также эффективным рекламным атрибутом предприятия, ее выпустившего, она повышает престиж не только магазина, но и самого клиента, так как пластиковые карты традиционно считаются престижной формой оплаты за товары и услуги.

Магазинная автоматизированная система работы с пластиковыми картами позволяет также вести постоянную базу клиентов и отслеживать динамику их покупок, что имеет несомненную ценность для маркетинговой службы торгового предприятия.

В настоящее время получили распространение магазинные системы на картах с магнитной полосой и с микро-



схемой (смарт-карты). Вторая разновидность карт является более перспективной, такие карты почти полностью защищены от подделок. Кроме того, использование специальных терминалов-касс существенно упрощает их авторизацию, которая производится торговым терминалом или самой картой.

В магазинах могут быть использованы три варианта организации пункта обслуживания по смарт-картам.

1) можно использовать обыкновенный электронный кассовый аппарат автоматизированной системы кассового обслуживания, снабженный дополнительно выносным устройством считывания данных с карт и клавиатурой для ввода ПИН-кода (персонального идентификационного номера клиента) — пинпадом;

2) может быть использован специализированный торговый терминал-касса;

3) в качестве терминала в магазине может быть использован обыкновенный персональный компьютер с принтером для распечатки торговых чеков и пинпадом для ввода ПИН-кода.

При обслуживании покупателя оператор вставляет карту клиента в пинпад и предлагает ему ввести свой ПИН-код. Если ПИН-код набран неверно или номер карты находится в списке карт, запрещенных к обслуживанию, то операция не выполняется, а карта в зависимости от ситуации возвращается покупателю или изымается.

Далее продавец набирает на терминале стоимость товара. Терминал вычисляет сумму, обновляет содержимое электронной карты с учетом произведенных покупок, запоминает операцию в реестре и распечатывает торговые чеки.

**Индивидуальное обслуживание покупателей через прилавки** включает выполнение следующих операций:

- встреча покупателя и выявление его намерения;
- предложение и показ товаров;
- помощь в выборе товаров и консультация;
- предложение сопутствующих и новых товаров;
- проведение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием;
- расчетные операции;
- упаковка и выдача покупок.

Пришедший в магазин покупатель должен встретить приветливое отношение со стороны торгового персонала. При этом благоприятное впечатление оставляют опрятный внешний вид работников магазина, порядок и чистота в торговом зале. Выявление намерения покупателей заключается в определении их отношения к моделям, фасонам и другим признакам товаров. Эта операция должна выполняться торговым персоналом ненавязчиво, в вежливой форме.

После выявления намерения покупателя продавец показывает соответствующие товары. При этом он обращает внимание на особенности отдельных товаров, предлагает взамен отсутствующих другие однородные товары. Если потребуются, продавец обязан дать квалифицированную консультацию покупателю, которая может включать сведения о назначении товаров и способах их эксплуатации, нормах потребления, соответствии предлагаемых товаров современной моде и т. д. Консультация должна способствовать пропаганде новых товаров, воспитанию у потребителей эстетических вкусов. Для проведения консультаций в крупных магазинах приглашают специалистов промышленных предприятий, производящих товары народного потребления, модельеров, врачей-косметологов и других специалистов. В обязанности продавца входит и предложение покупателю сопутствующих товаров.

На выполнение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием, затрачивается много труда и времени. Качество их выполнения, а следовательно, и качество обслуживания покупателей существенно зависят от квалификации торгового персонала, а также организации и обслуживания рабочего места продавца.

Завершается продажа товаров расчетом с покупателями и выдачей им покупок. Эти операции могут выполняться на рабочем месте продавца или контролера-кассира.

При продаже технически сложных товаров с установленным гарантийным сроком кроме перечисленных операций продавец обязан сделать отметку в паспорте на изделие, выписать товарный чек и его копию вручить покупателю.

**Продажа товаров по образцам** предусматривает выкладку образцов в торговом зале и самостоятельное (или с помо-

щью продавца) ознакомление с ними покупателей. После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю товары, соответствующие образцам. При этом методе продажи рабочие запасы размещают отдельно от образцов. Он удобен тем, что на сравнительно небольшой площади торгового зала можно выставить образцы достаточно широкого ассортимента товаров. Обычно этот метод применяется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров, а также тех товаров, которые требуют перед их отпуском покупателю отмеривания и нарезки. Этим методом осуществляют продажу бытовых холодильников, стиральных машин, осветительных, отопительных и нагревательных приборов, швейных машин, телевизоров, компьютеров, музыкальных инструментов, велосипедов, мебели, тканей и других товаров.

Выставленные в торговом зале образцы товаров должны быть снабжены четко оформленными ярлыками, в которых указывают наименование товара, артикул, сорт, наименование изготовителя, цену. В случае необходимости продавцы оказывают покупателям консультативную помощь.

Продажу крупногабаритных товаров по образцам сочетают с доставкой их покупателям на дом со складов магазина, оптовых баз или промышленных предприятий-изготовителей. Это позволяет сократить потребность розничных торговых предприятий в складских помещениях, уменьшить совокупные транспортные расходы и избавить покупателей от хлопот, связанных с доставкой приобретенных товаров.

При **продаже товаров с открытой выкладкой** покупатели имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары. Их выкладывают на прилавках, горках, стендах. Функции продавца при этом методе продажи сводятся к консультированию покупателей, взвешиванию, упаковке и отпуску отобранных ими товаров. Расчетные операции могут осуществляться в кассах, установленных в торговом зале или на рабочем месте продавца.

Продажа товаров с открытой выкладкой более удобна по сравнению с традиционным методом, так как многие покупатели имеют возможность одновременно знакомиться с

открыто выложенными образцами товаров, не отвлекая при этом продавцов на выполнение функций, связанных с показом товаров и информацией об их ассортименте. Применение этого метода позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазина и повысить производительность труда продавцов. Обычно этот метод применяется при продаже тех товаров, реализация которых в магазинах самообслуживания осуществляется через прилавки индивидуального обслуживания (тканей, обуви, чулочно-носочных изделий, бельевых товаров, галантереи, школьно-письменных товаров, посуды-хозяйственных и других непродовольственных и некоторых продовольственных товаров).

При продаже товаров по этому методу особое внимание должно быть уделено размещению и выкладке их на рабочем месте продавца. Мелкие предметы выкладывают насыпью в кассетах открытых наприлавочных витрин. Более крупные товары располагают стопками на прилавке. Выкладывая товары, их группируют по видам и ценам. Выложенные товары нельзя накрывать стеклом, скреплять их между собой. Товары должны быть снабжены ярлыками-ценниками, прикрепленными к ячейкам кассет специальными зажимами.

**Торговля по предварительным заказам** удобна для покупателей, так как позволяет им экономить время на приобретение товаров. По предварительным заказам продают преимущественно продовольственные товары, а также непродовольственные товары сложного ассортимента.

Заказы могут быть приняты в магазине, автомагазине, по месту работы или на дому покупателей. Они могут быть поданы в устной или письменной форме. Расчет осуществляется путем предварительной оплаты в кассе магазина или посредством почтового перевода (при продаже топлива и строительных материалов), а также путем оплаты стоимости товаров в момент их получения.

Предварительно заказанные товары могут быть доставлены на дом или вручены покупателю в магазине.

Заказы на продовольственные товары должны быть выполнены в течение 4–8 ч. По непродовольственным товарам

срок выполнения заказа устанавливается в зависимости от вида товаров и возможностей его исполнения.

Особенно удобен этот метод продажи товаров для жителей небольших сельских населенных пунктов, которые через магазины или автомагазины могут заказать технически сложные товары или другие товары длительного пользования, не теряя при этом времени на поездки в другие населенные пункты для их приобретения.

## **§ 14.6. Услуги, оказываемые покупателям магазинами**

*Услуга розничной торговли — это результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи.*

Услуги розничной торговли в соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 “Услуги торговли. Общие требования” включают в себя:

- 1) реализацию товаров (как на предприятиях торговли, так и вне их);
- 2) оказание помощи покупателю в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении;
- 3) информационно-консультационные (консалтинговые) услуги;
- 4) дополнительные услуги по созданию удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров.

*Реализация товаров на предприятиях розничной торговли* включает в себя следующие основные операции:

- ознакомление покупателей с товарами;
- показ или демонстрацию товаров или образцов товаров покупателям;
- консультации покупателей;
- выбор товаров покупателями;

- организацию расчета за товары;
- упаковку купленных товаров;
- выдачу купленных товаров;
- доставку купленных товаров по заказу покупателей.

Реализацию товаров осуществляют на предприятиях торговли различных видов и типов с учетом их специфики и ассортимента товаров.

*Реализация товаров вне предприятий торговли* включает:

- реализацию товаров торговыми агентами;
- реализацию товаров дистанционным способом;
- реализацию товаров через торговые автоматы;
- развозную торговлю;
- разносную торговлю;
- другие формы интерактивной продажи.

*К услугам по оказанию помощи в приобретении (покупке) товаров и при их использовании и применении* относят:

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, имеющиеся в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);

- прием и исполнение предварительных заказов на товары, временно отсутствующие в продаже (оформление заказов непосредственно на предприятии торговли, по телефону или иным способом вне предприятия торговли);

- комплектование заказов на товары и их упаковку;
- предоставление кабин для примерки товаров;
- организацию доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;

- упаковку купленных товаров;
- демонстрацию в действии принципиально новых товаров;

- демонстрацию моделей одежды;

- подгонку по фигуре покупателя и мелкую переделку купленной одежды, раскрой купленных тканей, подшив штор;

- организацию послепродажного обслуживания купленных товаров, в том числе организацию работ по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров

на дому или в офисе у покупателя, услуги по сборке и установке мебели и других товаров;

- предоставление кабины или салона с оборудованием для прослушивания аудиокассет, просмотра продаваемых видеокассет, CD и DVD дисков и т. п.;

- растяжку купленных обуви и головных уборов;
- подгонку браслетов к часам.

К *информационно-консультационным (консалтинговым) услугам* относят:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об оказываемых услугах, в том числе аудио- и видеосредствами;

- консультации специалистов по реализации товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;

- консультации дизайнеров по интерьеру, косметологов, диетологов и др.;

- услуги по рекламированию товаров, включая проведение рекламных презентаций товаров (показ товаров в действии, дегустация продовольственных товаров);

- организацию дегустаций новых продовольственных товаров;

- обучение покупателей правилам пользования технически сложными товарами на дому или в офисе;

- проведение выставок и ярмарок по продвижению и реализации товаров отдельных видов.

Предприятия торговли могут организовывать оказание *дополнительных услуг, связанных с созданием удобств покупателям в приобретении (покупке) товаров*, например:

- организацию мест (зон) отдыха покупателей;

- организацию комнаты матери и ребенка;

- организацию досуга детей, в том числе детских игровых комнат;

- организацию справочных бюро (на крупных предприятиях торговли);

- организацию питания покупателей;

- реализацию продовольственных товаров с организацией потребления на месте;

- гарантированное хранение купленных товаров;

- гарантированное хранение вещей покупателей (услуги гардероба);
- предоставление организованной стоянки (парковки) для автомобилей покупателей и другие услуги;
- организацию стоянок такси на территории крупных торговых объектов;
- организацию оказания бытовых услуг и др.

Перечень услуг торговли, оказываемых предприятиями розничной торговли, может быть расширен администрацией в зависимости от ассортимента реализуемых товаров с учетом специализации и местонахождения торгового предприятия, специфики обслуживаемого контингента и совместимости услуг.

Услуги, оказываемые магазинами, могут быть *платными и бесплатными*.

К бесплатным относят те из них, которые непосредственно связаны с продажей товаров (консультации продавцов, предоставление рекламной информации, упаковка развесных продовольственных и некоторых видов непродовольственных товаров, погрузка крупногабаритного товара на транспортное средство покупателя и т. п.).

Услуги, выполнение которых требует дополнительных затрат, предоставляются магазинами за отдельную плату по утвержденным прейскурантам.

В соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 услуги торговли должны отвечать следующим требованиям:

- социального назначения;
- функциональной пригодности;
- информативности;
- эргономичности;
- эстетичности;
- культуры обслуживания;
- безопасности;
- охраны окружающей среды.

*Требование социального назначения услуг торговли* предусматривает:

- обеспеченность услугами торговли и доступность для потребителей различных категорий;



- соответствие услуг торговли ожиданиям потребителей, включая ассортимент предлагаемой продукции, форму обслуживания и методы продажи; профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру оказываемых услуг;

- наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для потребителей приоритетных категорий (дети, инвалиды и люди с ограниченными физическими возможностями и др.).

Социальную адресность услуг торговли учитывают при проектировании здания и помещений торгового объекта, установлении режима работы, выборе метода продажи, формировании ассортимента товаров и др.

*Требование функциональной пригодности услуг торговли* предусматривает:

- точность и своевременность оказания услуг, включая соблюдение установленного режима работы предприятия торговли, соблюдение ассортиментного перечня товаров, соответствие времени оказания услуг, времени ожидания заказа установленным требованиям на предприятии, точность выписки счета и оформления кассового чека и др.;

- наличие товаров надлежащего качества;
- обеспечение условий для выбора потребителем товаров и услуг различных видов;

- соответствие обслуживающего персонала профессиональному назначению (в том числе компетентность и квалификацию персонала, умение общаться с потребителями, знание и соблюдение профессиональной этики поведения).

*Требование информативности* предусматривает наличие необходимой достоверной информации об услугах и товарах, номенклатуре услуг и ассортименте товаров, исполнители услуг, о правилах и условиях оказания услуг, в том числе о правилах продажи товаров и правах покупателей. Требования к содержанию информации для потребителей определяются Законом РФ “О защите прав потребителей” и правилами продажи отдельных видов товаров.

*Требование эргономичности услуг торговли* предусматривает:

- комфортность и удобство покупателей при приобретении товаров, включая удобное размещение и выкладку товаров в торговых залах, расположение входов, выходов, секций, оборудования, мебели, наличие лифтов, эскалаторов и тервалаторов и др.;

- гигиенические требования к уровню освещенности, вентилируемости, запыленности, шума, температуры в торговом зале, к персоналу, к содержанию помещений, рабочих мест, оборудования и т. п.;

- доступность информации возможностям восприятия покупателями.

*Требование эстетичности услуг торговли* предусматривает стилевое единство, целостность композиции и художественной выразительности, гармоничность дизайна, в том числе для архитектурно-планировочных решений помещений и интерьера предприятия торговли, оформления фасада здания, вывески, рекламных материалов, фирменных знаков и указателей, оформления витрин, выкладки товаров, организации рабочих мест и оформления внешнего вида персонала.

*Требование культуры обслуживания* предусматривает профессионализм и этику поведения обслуживающего персонала и включает такие характеристики, как вежливость, компетентность, доступность персонала для покупателей, уровень мастерства и комфорта.

*Требования безопасности услуг торговли* направлены на то, чтобы при оказании таких услуг обеспечивались безопасные условия для жизни и здоровья покупателей, сохранность их имущества, соблюдались действующие правила продажи товаров, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации, и требования нормативных документов федеральных органов исполнительной власти в части безопасности.

На предприятиях торговли должен быть размещен на видном месте план эвакуации покупателей в чрезвычайных ситуациях и предусмотрен вызов экстренных служб (полиции, скорой помощи, пожарной службы).

Безопасность реализуемых товаров должна обеспечиваться в процессе оказания услуг торговли, а именно: при при-

емке товаров, их хранении, подготовке к продаже, выкладке и отпуске покупателям, а также в процессе реализации.

При оказании услуг торговли должны обеспечиваться *требования охраны окружающей среды*, в том числе к территории, техническому состоянию и содержанию помещений, системам вентиляции, водоснабжения, канализации торговых предприятий согласно положениям национальных стандартов системы безопасности труда. Процесс оказания услуг торговли не должен оказывать негативного воздействия на окружающую среду.

Для контроля качества и безопасности услуг торговли используют экспертный и социологический методы.

*Экспертный метод* предполагает проведение оценки исполнителей услуг торговли на основе опроса и анализа суждений (качественных и количественных оценок) экспертов, специалистов отрасли, в том числе руководителей, менеджеров организаций, а также проверки документов исполнителя услуг торговли. Экспертный метод включает анализ данных измерений показателей условий оказания услуг торговли (микроклимата, уровней шума, освещенности, вентилируемости, запыленности, температуры и т. п.).

*Социологический метод* предполагает проведение социологических обследований (анкетирование, опрос, записи в книге отзывов и предложений, интернет-отзывы) с последующим анализом полученных данных.

## **§ 14.7. Внемагазинные формы продажи товаров**

К внемагазинным формам продажи товаров относят:

- продажу товаров через сеть мелкорозничных предприятий;
- розничную посылочную торговлю;
- продажу товаров через автоматы;
- продажу товаров на ярмарках и базарах.

Использование той или иной формы продажи товаров зависит от численности жителей в населенном пункте, наличия торговых предприятий и их ассортиментного профиля, производственных условий, сезона и других обстоятельств.

***Продажа товаров через сеть мелкорозничных предприятий*** занимает большое место в торговом обслуживании населения.

Мелкорозничная торговая сеть представлена павильонами, киосками, торговыми автоматами, а также передвижными средствами развозной и разносной торговли (торговые палатки, автомагазины, тележки, лотки и др.). Мелкорозничные предприятия, расположенные в населенных пунктах, где отсутствуют магазины, имеют самостоятельное значение. В некоторых случаях они, не имея самостоятельного значения, служат дополнением сети магазинов (например, в период сезонной торговли).

Предприятия мелкорозничной торговой сети могут иметь различный товарный профиль. Так, к числу мелкорозничных предприятий, торгующих продовольственными товарами, относятся: “Продукты”, “Кондитерские изделия”, “Сельхозпродукты”, “Мясо”, “Молоко”, “Овощи-фрукты”, “Хлеб”, “Мороженое”, “Соки-воды” и др. Непродовольственными товарами торгуют: “Промтовары”, “Книги”, “Хозтовары”, “Сувениры”, “Канцтовары” и др.

Наиболее распространенным типом мелкорозничных предприятий являются “Продукты”. Обычно в их ассортименте не менее пяти товарных групп. При этом на предприятиях, оснащенных холодильным оборудованием (обычно холодильными шкафами ШХ-0,4 или ШХ-0,56), реализуют и скоропортящиеся продовольственные товары.

Павильоны и киоски типа “Промтовары” торгуют головными уборами, трикотажными изделиями, галантереей, парфюмерией, хозяйственными и некоторыми другими товарами.

Мелкорозничные торговые предприятия размещают не только на рынках, вокзалах, в зоне отдыха и других местах наибольшего сосредоточения населения, но и в малых населенных пунктах. При их размещении учитывают профиль мелкорозничного предприятия, наличие других предприятий торговли и прочие факторы. Особую роль мелкорозничные предприятия играют в торговом обслуживании жителей малых сел и деревень, где отсутствует магазин и строительство его нецелесообразно.

Эффективность работы мелкорозничных предприятий торговли во многом зависит от организации снабжения их товарами, установленного режима работы. Товароснабжение их должно быть ритмичным, так как большинство из них не имеют условий для хранения значительных запасов товаров. Режим работы павильонов и киосков должен быть удобным для покупателей. Его устанавливают с учетом места расположения предприятий и контингента обслуживаемых покупателей. Например, режим работы мелкорозничных торговых предприятий, расположенных у кинотеатров, на рынках, вокзалах, в зонах отдыха, должен быть увязан с режимом работы этих предприятий, с интенсивностью покупательских потоков, а режим работы предприятий, расположенных в малых населенных пунктах, должен быть удобным для их жителей.

Для продажи товаров по месту работы сельских жителей, а также жителям населенных пунктов, где отсутствует стационарная торговая сеть, используют *передвижные средства торговли*. К ним относятся автомагазины, автоприцепы и др.

Автомагазины выпускаются на базе автомобилей ГАЗ, ЗИЛ и др.

Салон автомагазина оснащают изотермическим шкафом, горками, шкафами и подшкафниками со съемными дверцами с запорами и прижимами, предохраняющими товары от смещения при транспортировании. Для демонстрации готового платья и других товаров служат вешала, свободная площадь под которыми может быть использована для перевозки крупногабаритных товаров, доставляемых по заказам покупателей, или товаров в таре-оборудовании.

В зависимости от ассортимента реализуемых товаров различают следующие типы автомагазинов: “Продукты”, “Промышленные товары”, “Товары повседневного спроса”, “Книги”.

Ассортимент товаров в автомагазине “Продукты” состоит из следующих важнейших товарных групп: хлеб и хлебобулочные изделия; кондитерские изделия; бакалейные товары; консервы; гастрономические продукты; безалкогольные напитки; сопутствующие непродовольственные товары.

В автомагазинах “Промышленные товары” реализуют ткани, одежду, головные уборы, белье, обувь массового по-

шива, галантерейные и парфюмерно-косметические товары, некоторые культтовары и хозяйственные товары.

Продовольственными и непродовольственными товарами примерно тех же групп торгуют и автомагазины “Товары повседневного спроса”, но ассортимент товаров в них отличается от ассортимента автомагазинов первых двух типов как по широте, так и по глубине.

Автомагазины “Книги” имеют в своем ассортименте литературу различных направлений, а также периодические издания и сопутствующие (в основном канцелярские) товары.

Торгово-технологический процесс в автомагазине состоит из следующих основных операций:

- отборка и приемка товаров на оптовой базе;
- размещение и укладка товаров в салоне автомагазина;
- выезд автомагазина в пункты обслуживания;
- подготовка автомагазина к торговле;
- предложение и продажа товаров, включая расчетные операции;
- прием предварительных заказов и оказание других услуг;
- возвращение автомагазина на стоянку и его осмотр;
- санитарная обработка кузова;
- опломбирование автомагазина и сдача его под охрану;
- составление отчета и сдача выручки.

Товароснабжение автомагазинов осуществляют оптовые предприятия и другие поставщики. При этом они должны обеспечивать выделение автомагазинам максимального количества фасованных товаров и первоочередную их загрузку, возможность предварительной отборки и комплектования товаров по заявкам водителей-продавцов.

Оптовые предприятия, снабжающие автомагазины, должны беспрепятственно принимать от них товары, не нашедшие покупателя.

Хранение товаров в автомагазине должно осуществляться с соблюдением товарного соседства, закрепления за товарами постоянных мест. Своевременно должно проводиться санитарное обслуживание автомагазина.

В автомагазинах самообслуживания особое внимание уделяют предварительной подготовке товаров к продаже,

рациональному их размещению в салоне и выкладке на торговом оборудовании.

К числу услуг, предоставляемых автомагазинами сельским покупателям, относятся: информация о времени приезда автомагазина в пункт обслуживания и о наличии в нем товаров; прием заказов на товары; комплектование подарочных наборов товаров; упаковка товаров; доставка заказанных крупногабаритных товаров на дом покупателя; сбор стеклотары.

Для упорядочения движения и работы автомагазинов составляют маршруты и графики работы. Это позволяет покупателям заранее подготовиться к приезду автомагазина. Маршруты и графики могут меняться в зависимости от изменения климатических условий, особенностей проведения сельскохозяйственных работ и с учетом других факторов.

Торговля через автомагазины все более широкое распространение получает в крупных городах, чему способствовало развитие сети автомагазинов при предприятиях, производящих молочные, мясные, кондитерские и некоторые другие продовольственные товары. Это современные, хорошо оснащенные холодильным и кассовым оборудованием автомагазины, имеющие привлекательный вид. Их устройство и оборудование позволяют покупателям беспрепятственно ознакомиться с ассортиментом продаваемых товаров. Они ведут торговлю в наиболее оживленных местах.

*Розничную посылочную торговлю* осуществляют базы, отправляя посылки на основании заказов покупателей. Чтобы оформить заказ, покупатели заполняют специальные бланки, имеющиеся в почтовом отделении или высылаемые торговыми предприятиями по запросу покупателей. Информацию о наличии товаров на базах посылочной торговли можно получить из специальных каталогов или перечней товаров в местном почтовом отделении. В каталогах и перечнях помещают также правила покупки товаров посредством посылочной торговли.

*Торговля через автоматы* является одной из прогрессивных форм продажи товаров. Чаще всего с помощью автоматов продаются жидкие и мелкоштучные продовольственные то-

вары (чай, кофе, прохладительные напитки, мороженое, кондитерские изделия), а также газеты, журналы, почтовые открытки и др. Размещение торговых автоматов вне магазинов (на площадях, улицах, вокзалах и т. п.) позволяет осуществлять торговлю в любое время суток.

**Продажа товаров на ярмарках и базарах** позволяет приблизить места реализации товаров к покупателям, расширить продажу товаров.

Ярмарки представляют собой периодические крупные торги. Они проводятся традиционно, в них участвуют различные предприятия и организации торговли, культурно-просветительные учреждения.

Базары тоже представляют собой периодические торги, организуемые торговыми предприятиями и организациями накануне каких-либо знаменательных событий (праздников, начала нового учебного года и т. д.).

Проведению ярмарок и базаров предшествует большая подготовительная работа: выбирается место и определяется время их проведения, благоустраивается территория, возводятся необходимые сооружения, проводится рекламная работа, комплектуется ассортимент товаров, подбираются соответствующие работники. Необходимо также предусмотреть возможность посещения ярмарок и базаров жителями отдаленных сел и деревень.



## **Глава 15. УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА В МАГАЗИНЕ**

---

### **§ 15.1. Организация управления торгово-технологическим процессом в магазине**

Торгово-технологический процесс в магазине состоит из периодически повторяемых операций, в чем проявляется его цикличность. В то же время торгово-технологический процесс может происходить с различной динамичностью и интенсивностью (в течение дня изменяется интенсивность покупательских и товарных потоков, расчетных и других операций). Кроме того, отдельные его операции могут протекать с отклонениями от заданных величин, что придает всему торгово-технологическому процессу в магазине вероятностный характер. Все это происходит под влиянием различных факторов.

Для того чтобы обеспечить рациональное осуществление торгово-технологического процесса в магазине, необходима хорошо продуманная система управления всеми его операциями. Это позволит более эффективно использовать помещения магазина, торгово-технологическое оборудование, рабочую силу и в конечном итоге создать условия для обеспечения высокого качества обслуживания покупателей.

Предметами управления в магазине являются товарные запасы, ассортимент товаров, товарные и покупательские потоки, трудовой процесс и качество обслуживания покупателей.

**Управление товарными запасами.** В магазине должны быть созданы условия, обеспечивающие бесперебойную торговлю при минимальных объемах товарных запасов, а также для предотвращения товарных потерь в процессе хранения, внутримагазинного перемещения и продажи товаров. Это достигается путем повседневного управления товарными запасами. Оно должно быть нацелено прежде всего на предупреждение отклонения товарных запасов от определенных для магазина необходимых их размеров. Необходимые размеры товарных запасов для магазинов устанавливаются с учетом объема дневной реализации товаров, оптимальных размеров разовой поставки и других факторов. Работники магазинов следят за соответствием фактических запасов товаров установленным необходимым размерам и принимают меры по их регулированию.

В случае снижения объема запасов выявляют его причины и принимают меры по ускорению завоза товаров в магазин или активизации продажи заменяющих товаров.

Если фактические запасы товаров в магазине превысили необходимые размеры, то работники магазина должны в первую очередь установить причины возникшего превышения, из которых наиболее вероятными могут быть:

- снижение покупательского спроса под влиянием изменения моды, роста цен, появления новых, более совершенных товаров и т. д.;
- просчеты работников магазина при определении потребностей в товарах;
- низкое качество поставляемых товаров;
- несоблюдение сроков завоза товаров в магазин.

После выявления причин завышения фактических запасов товаров следует принять меры по ускорению реализации этих товаров, а также ограничить их завоз в магазин. Ускорить реализацию товаров можно путем более активного их рекламирования или организации ярмарок-распродаж в других населенных пунктах. Излишки завезенных товаров могут быть также возвращены на склад оптовой базы.

Поскольку на розничных торговых предприятиях сконцентрирована основная часть товаров, то от уровня управ-

ления ими в магазине в значительной степени зависит товароснабжение населения. Поэтому в каждом магазине должен осуществляться постоянный контроль за состоянием товарных запасов, предусматривающий не только наблюдение за соответствием их установленным размерам, но и повседневный контроль за условиями хранения товаров.

**Управление ассортиментом товаров.** Оно предусматривает систематический контроль за соблюдением в магазине обязательного ассортиментного перечня товаров, своевременное внесение предложений по его изменению. В его задачи входит обеспечение достаточной полноты ассортимента в пределах товарных групп, его устойчивости и комплексности предложения. Управление ассортиментом товаров тесно связано с управлением товарными запасами.

Для регулирования и контроля ассортимента товаров в магазине применяют следующие методы:

- разработку технологических карт размещения ассортимента товаров в торговом зале;
- определение соответствия фактического ассортимента товаров установленному обязательному ассортиментному перечню и выявление причин отклонений;
- разработку и принятие решений, направленных на совершенствование ассортимента товаров.

**Управление товарными потоками.** Его цель состоит в том, чтобы обеспечить высокую производительность труда работников магазина и сократить затраты времени на пополнение товарных запасов в торговом зале. Оно должно основываться на соблюдении следующих принципов:

- достижение максимальной прямоочности внутримagasинного перемещения товаров;
- обеспечение минимального объема грузооборота;
- недопущение пересечения товарных и покупательских потоков;
- применение средств механизации на основе пакетирования грузов и широкое использование тары-оборудования.

Управление товарными потоками осуществляется на основе специальных технологических карт. При их разработке учитывают расположение помещений (зон) магазина и их вза-

имосвязь, размещение товаров в торговом зале, их оборачиваемость, обратные потоки тары и упаковки из торгового зала до мест их хранения, направления покупательских потоков.

**Управление покупательскими потоками** занимает центральное место в общей системе управления торгово-технологическим процессом в магазине. От него во многом зависят комфортные условия, создаваемые для покупателей в магазине, скорость обслуживания покупателей и пропускная способность магазина. Оно предусматривает равномерное распределение покупателей в торговом зале и создание условий для их свободного перемещения, выбора и оплаты товаров.

Управление потоками покупателей предполагает анализ их интенсивности по часам и дням работы магазина, расстановку персонала магазина с учетом их интенсивности, четкую внутримагазинную информацию, обеспечение размещения товаров в торговом зале с учетом равномерного распределения покупательских потоков и т. д. В регулировании потоков покупателей существенную роль играют контрольно-кассовые узлы магазина, которые должны иметь достаточную пропускную способность, что обеспечивается рациональным выбором типа контрольно-кассовых машин, правильным определением потребности в них, квалификацией контролеров-кассиров и т. д.

**Управление процессом обслуживания покупателей.** Оно находится в тесной взаимосвязи с совершенствованием всего торгово-технологического процесса в магазине, организации труда торговых работников, соблюдением ими правил продажи товаров и требований культуры торговли. Поэтому следует систематически изучать мнение покупателей об используемых в магазине методах продажи товаров, ассортименте реализуемых товаров, дополнительных услугах, оказываемых покупателям, и т. д. На основе этого принимают дополнительные меры по улучшению торгового обслуживания населения.

## **§ 15.2. Организация труда работников магазина**

Организация труда в магазине должна быть направлена на осуществление комплекса организационно-технических,

экономических и санитарно-гигиенических мероприятий, позволяющих рационализировать торгово-технологический процесс, эффективнее использовать торговые и другие площади, оборудование и персонал магазина, создавать благоприятные условия труда и на этой основе обеспечивать высокое качество торгового обслуживания населения.

Различают индивидуальную и бригадную **формы организации труда**.

При *индивидуальной форме организации труда* работник магазина используется на определенном участке торгово-технологического процесса, на него возлагается личная ответственность за сохранность товарно-материальных ценностей, обслуживание покупателей и т. д.

*Бригадная форма организации труда* предполагает объединение работников в бригады в пределах отдела, секции и т. д. Они несут общую ответственность за результаты работы.

Численность работников и структура штата магазина зависят от типа предприятия и размера его торговой площади, объема, условий и режима работы, методов продажи товаров, количества рабочих мест и других показателей, влияющих на трудоемкость выполняемых работ.

В связи с этим существенное значение имеет рациональное **разделение труда работников магазина**. Оно предусматривает наиболее целесообразную расстановку работников для выполнения торгово-технологических операций, четкое определение функциональных обязанностей каждого работника.

Основными формами разделения труда в магазине являются: функциональное, товарно-отраслевое и квалификационное.

**Функциональное разделение** предполагает обособление отдельных функций и выделение работников для их выполнения. С учетом этого признака весь персонал розничного торгового предприятия подразделяется на три категории:

- управленческий;
- основной, или торгово-оперативный;
- вспомогательный.

*Управленческий персонал* состоит из работников, обеспечивающих управление торгово-технологическим и трудовым процессами. Сюда входят руководящие, инженерно-

технические работники и служащие — директор (заведующий), заместитель директора (заведующего), администратор, товароведы, заведующие секциями, старший бухгалтер, бухгалтеры, кассир и т. д.

Общее руководство магазином осуществляет директор (заведующий), он же руководит планово-экономической работой, занимается подбором кадров и организует повышение их квалификации, обеспечивает охрану труда, технику безопасности, пожарную безопасность и соблюдение санитарных правил. Ему же подчинены службы, занимающиеся вопросами труда и заработной платы, бухгалтерского учета и финансов.

Заместитель директора (заведующего) магазином руководит коммерческой деятельностью, в его ведении находятся вопросы организации технологических операций и хозяйственного обслуживания.

Бухгалтерский аппарат принимает от материально ответственных лиц товарно-денежные отчеты, проверяет и обрабатывает их, учитывает денежные средства и кредиты банков, а также выполняет другие бухгалтерские операции.

Администратор следит за состоянием выкладки товаров и рекламного оформления торгового зала, за соблюдением правил торговли, принимает решения по претензиям покупателей и т. д.

Товароведы выполняют основные функции в области коммерческой работы и организации торговли. В них входят изучение спроса населения на товары, заключение договоров с поставщиками и контроль за их выполнением, подготовка претензионных материалов, контроль за состоянием товарных запасов, проверка качества товаров и соблюдение условий их хранения. Они же организуют доставку товаров в магазин, внедряют современные методы продажи товаров и т. д.

Заведующие товарными отделами (секциями) организуют работу своих отделов (секций), следят за поддержанием товарных запасов на определенном уровне, составляют заявки на завоз товаров, принимают товары по количеству и качеству, обеспечивают сохранность товарно-материальных ценностей, выполняют другие функции, связанные с работой отделов (секций).

*Основной (торгово-оперативный) персонал* — это продавцы, контролеры-кассиры, контролеры, т. е. работники, занятые обслуживанием покупателей в торговом зале.

В обязанности продавцов входит подготовка и уборка рабочего места (получение упаковочного материала, проверка работоспособности торгового оборудования и инвентаря, пополнение рабочих товарных запасов, уборка тары, поддержание надлежащего санитарного состояния), подготовка товаров к продаже, обслуживание покупателей, учет неудовлетворенного спроса и т. д.

Контролер-кассир готовит рабочее место к выполнению расчетных операций (проверяет исправность контрольно-кассовой машины, записывает показания счетчиков, получает разменную монету и т. д.), выполняет расчетные операции с покупателями, осуществляет сдачу выручки и т. д.

Контролер проверяет сортность, комплектность, размеры, эксплуатационные свойства и цены товаров, осуществляет перемеривание оплаченных товаров, заполняет паспорта на приобретенные товары, консультирует покупателей, упаковывает и отпускает товары покупателям.

*Вспомогательный персонал* обеспечивает обслуживание основного персонала, а также поддерживает магазин в надлежащем санитарно-гигиеническом состоянии. В эту категорию входят рабочие, младший обслуживающий персонал (уборщицы), фасовщики, электромонтеры, техники и т. д.

*Товарно-отраслевое разделение* позволяет работникам магазина специализироваться на продаже отдельных или нескольких товарных групп. Это способствует более глубокому изучению ассортимента товаров, более квалифицированному и производительному обслуживанию покупателей.

*Разделение труда по квалификационному признаку* основывается на распределении обязанностей работников магазина в соответствии с их квалификацией. Рациональное использование квалифицированных кадров благотворно сказывается на повышении качества обслуживания покупателей. Так, с учетом квалификации продавцов подразделяют на первую, вторую и третью категории. При этом продавец первой категории выполняет более сложные работы, на его долю прихо-

дятся более ответственные функции, связанные с обслуживанием покупателей. Соответствующие различия имеются и в круге обязанностей, а также в выполняемых функциях между продавцами второй и третьей категорий.

Соотношение количества продавцов различной квалификации на розничном торговом предприятии зависит от ассортимента реализуемых товаров. Так, чем большую долю в товарообороте занимают сложные по характеру отпуска товары, тем большее число продавцов высокой квалификации должно быть в штате магазина.

Одним из важных условий разделения труда является его **кооперация**, которая выражается в совмещении работниками магазина профессий, специальностей и функций. Это позволяет более полно и равномерно загрузить персонал магазина в течение рабочего дня, ускорить процесс обслуживания покупателей. В результате кооперации труда повышается профессиональный уровень работников магазина, они приобретают дополнительные навыки и знания.

Уровень кооперации труда в каждом конкретном магазине устанавливается с учетом режима работы магазина, форм организации труда и материальной ответственности на основе изучения степени загрузки работников и выявления свободного времени в течение рабочего дня.

Например, должность заведующего товарным отделом может быть совмещена с должностью администратора, товароведа, продавца, контролера, контролера-кассира; продавец — с должностью заведующего отделом, администратора, контролера, контролера-кассира, уборщика; контролера-кассира — с должностью контролера, продавца, уборщика и т. д. Такое совмещение должностей (профессий) может быть обеспечено за счет овладения работниками магазина второй профессией. Кроме того, для улучшения обслуживания покупателей большое значение имеет овладение продавцами дополнительными специальностями, что должно происходить на базе уже полученных ими навыков и приемов. Так, продавцу швейных изделий проще освоить специальность продавца верхнего и нижнего трикотажа, продавцу телевизоров и видеотехники — специальность продавца аудиотехники и т. д.



Помимо полного совмещения должностей работники магазина параллельно с основными своими должностными обязанностями могут выполнять отдельные функции, относящиеся к другим профессиям (должностям). Например, заведующие отделами могут участвовать в обслуживании покупателей, продавцы — выполнять вспомогательные работы во время вынужденных перерывов в их основной работе и т. д.

Разделение и кооперация труда в магазине должны осуществляться с учетом типа и размера торговой площади предприятия, применяемых методов продажи товаров, размера и структуры товарооборота, используемых методов дополнительного обслуживания покупателей и других условий работы магазина. Однако мероприятия по разделению и кооперации труда не должны сопровождаться ухудшением качества обслуживания покупателей и условий труда работников магазина.

Одно из основных направлений совершенствования организации труда в магазине — **улучшение организации и обслуживания рабочих мест.**

Организация и обслуживание рабочих мест должны обеспечивать персоналу магазина благоприятные условия для эффективного использования рабочего времени и оборудования, повышения производительности труда. Этому способствует:

- правильное оснащение рабочего места соответствующим оборудованием и инвентарем и удобное его размещение;
- бесперебойное обеспечение рабочих мест товарами, упаковочными материалами и т. д.;
- размещение рабочих мест в строгом соответствии с последовательностью выполнения торгово-технологических операций;
- создание нормальных условий труда, оптимальная окраска стен, оборудования и приспособлений.

Большое значение имеет планировка рабочих мест. Она представляет собой размещение на определенной площади (в зоне приложения труда) функционально связанных между собой элементов технологии, оборудования, организационной оснастки (рабочей мебели) и инвентаря, необходимых

для осуществления торгово-технологического процесса. Длина фронта рабочих мест дифференцируется в зависимости от ассортимента и степени сложности реализуемых товаров, от интенсивности покупательских потоков и частоты покупок.

Обслуживание рабочих мест связано с выполнением подготовительно-заключительных, транспортных и хозяйственно-бытовых функций.

*Подготовительно-заключительные функции* включают: подготовку товаров к продаже; проверку полноты ассортимента товаров и его пополнение на оборудовании; подготовку инвентаря и размещение его в рабочей зоне; выкладку товаров; подготовку кассовой машины к работе; подсчет общей суммы выручки и сдачу ее в установленном порядке; уборку рабочего места.

*Транспортные функции* предусматривают внутримagasинное перемещение товаров и освободившихся упаковки и тары.

Выполнение *хозяйственно-бытовых функций* должно обеспечивать рабочие места необходимым оборудованием, инвентарем, упаковочными материалами и форменной одеждой.

Повышению производительности труда работников магазина во многом способствует **совершенствование приемов и методов труда**. Под *приемами труда* следует понимать совокупность трудовых действий, направленных на выполнение повторяющихся в определенной последовательности операций, связанных единым целевым назначением. *Метод труда* — способ осуществления процесса труда.

Используемые приемы и методы труда зависят от ассортимента реализуемых товаров, степени подготовки и методов продажи товаров, квалификации работников и других факторов. Совершенствование приемов и методов труда должно сопровождаться сокращением затрат времени на выполнение трудовых операций, обеспечением безопасности труда, достижением максимальной содержательности труда. Оно должно способствовать сокращению затрат времени на обслуживание покупателей и снижению утомляемости работников.

К важным факторам повышения эффективности труда работников розничных торговых предприятий относит-

ся его **нормирование**, которое позволяет установить рациональную численность и структуру штата работников, эффективно использовать оборудование и рабочее время, повысить материальную заинтересованность работников в результатах своего труда.

Рациональная организация труда работников магазина невозможна без **нормирования затрат времени на выполнение торгово-технологических операций**. Рабочий день работников магазина складывается из времени работы и перерывов. Время работы затрачивается на выполнение подготовительно-заключительных, основных и вспомогательных операций.

При нормировании труда работников используют нормы времени, выработки и обслуживания.

Под *нормами времени* понимают затраты времени на выполнение определенного объема работы одним или несколькими работниками в рациональных организационно-технических условиях.

*Норма выработки* — объем работы (в стоимостных или натуральных показателях), который необходимо выполнить одному или группе работников в единицу времени.

*Норма обслуживания* выражается в количестве единиц оборудования или в размере торговой площади магазина, которые должны обслуживаться одним работником или бригадой в течение рабочего дня или смены.

При технико-экономическом нормировании труда используют фотографию рабочего дня и хронометраж.

С помощью *фотографии* рабочего дня определяют фактические затраты времени на различные виды работ и на перерывы в работе, выявляют долю этих затрат в общем рабочем времени. Фотография рабочего времени может быть индивидуальной и групповой. Для регистрации наблюдений заполняют специальную карту, в которой указывают дату проведения фотографии, наименование предприятия и структурного подразделения, фамилию работника, его специальность, стаж работы и возраст, продолжительность наблюдения, а также затраты времени на выполнение отдельных операций, на перерывы.

Путем *хронометража* устанавливают затраты времени на выполнение отдельных многократно повторяющихся операций. С его помощью можно выделить работников, владеющих наиболее совершенными приемами выполнения операций или отдельных их элементов, установить оптимальные затраты времени на осуществление этих операций или элементов.

Материалы фотографии, хронометража и других методов изучения рабочего времени используют для выявления недостатков в организации труда работников магазина и определения резервов повышения его эффективности.

На качество обслуживания покупателей существенное влияние оказывают квалификационный и общеобразовательный уровень работников магазина. Поэтому одним из направлений совершенствования организации труда в магазине является **подготовка и повышение квалификации кадров**. С повышением квалификации и общеобразовательного уровня работников розничных торговых предприятий растет производительность их труда и качество обслуживания покупателей, уменьшается уровень затрат труда в торговле. Квалифицированный работник быстрее овладевает передовыми методами труда, затрачивает меньше времени на выполнение отдельных операций, успевает обслужить большее количество покупателей, чем работник, обладающий низкой квалификацией.

### § 15.3. Режим работы и условия труда в магазине

Качество обслуживания покупателей в значительной мере зависит от **режима работы розничного торгового предприятия**. В свою очередь, на режим работы магазина влияют интенсивность покупательских потоков, распределение товарооборота по часам дня, дням недели, сезонам.

При этом следует также учитывать необходимость создания оптимального режима труда и отдыха торговых работников, предоставления им пятидневной рабочей недели.

Согласованности режима работы магазина с режимом труда и отдыха его работников достигают путем разработки

рациональных *графиков выхода на работу*. Они должны основываться на соблюдении предусмотренной трудовым законодательством продолжительности рабочего времени и на обеспечении ритмичного чередования времени труда и отдыха работников магазина в течение дня и рабочей недели. Следует предусматривать время на подготовительно-заключительные операции.

Графики должны соответствовать изменению покупательских потоков в различные часы дня и дни недели.

Графики выхода на работу сотрудников магазина разрабатывают исходя из годового *фонда рабочего времени*, как правило, на каждый месяц.

Согласованные с профсоюзным комитетом и утвержденные администрацией графики выхода на работу доводят до сведения работников магазина за две недели до их введения. В последующем их доводят до сведения работников не позднее чем за три дня до начала следующего месяца. В них указывают время начала и окончания работы, время перерыва на обед и отдых, выходные дни.

В соответствии с Трудовым кодексом РФ норма рабочего времени для каждой из категорий работающих определяется путем установления продолжительности рабочей недели, на основе которой определяется продолжительность ежедневной работы, время начала и окончания работы, режимы использования рабочего времени.

Границы рабочего времени определяются действующим законодательством и закрепляются правилами внутреннего трудового распорядка организации, трудовым договором, графиками сменности и т. п.

В рабочее время включаются периоды выполнения основных и подготовительно-заключительных работ, предусмотренных технологией и организацией труда. Не включается в рабочее время, которое затрачивается на переодевание перед началом и по окончании рабочего дня, а также обеденный перерыв.

Трудовым кодексом РФ в качестве исходной установлена норма продолжительности рабочего времени в течение календарной недели (в часах). Продолжительность рабочего времени за день, месяц, квартал, год является производной

и исчисляется расчетным путем исходя из продолжительности рабочей недели, рабочего дня и количества рабочих дней в определенном календарном периоде.

В зависимости от продолжительности, трудовое законодательство различает следующие **виды рабочего времени**:

- рабочее время нормальной продолжительности;
- сокращенное рабочее время;
- неполное рабочее время.

*Нормальная продолжительность рабочего времени* работников предприятий, организаций независимо от их организационно-правовой формы не может превышать 40 часов в неделю.

*Сокращенное рабочее время* устанавливается, в частности, для работников:

- в возрасте до 16 лет — не более 24 часов в неделю;
- в возрасте от 16 до 18 лет — не более 35 часов в неделю;
- являющихся инвалидами I или II группы — не более 35 часов в неделю.

Продолжительность рабочего времени конкретного работника устанавливается трудовым договором с учетом результатов специальной оценки условий труда.

*Неполное рабочее время* (неполный рабочий день (смена) или неполная рабочая неделя) может устанавливаться по соглашению между работником и работодателем при приеме на работу или в течение действия трудового договора. В обязательном порядке такой режим должен быть предоставлен по просьбе беременной женщины, одного из родителей (опекуна, попечителя), имеющего ребенка в возрасте до 14 лет (ребенка-инвалида в возрасте до 18 лет), а также лица, осуществляющего уход за больным членом семьи в соответствии с выданным медицинским заключением.

Администрацией магазина совместно с соответствующим выборным профсоюзным органом с учетом специфики работы, мнения трудового коллектива может устанавливаться пяти- или шестидневная рабочая неделя с закреплением данного положения в правилах внутреннего трудового распорядка или графика сменности с соблюдением установленной продолжительности рабочей недели.

Время начала и окончания ежедневной работы (смены) предусматривается правилами внутреннего трудового распорядка и графиками сменности в соответствии с законодательством. Правилами внутреннего трудового распорядка в магазине также может предусматриваться применение многосменного режима работы.

Согласно Трудовому кодексу РФ на тех работах, где это необходимо вследствие особого характера труда, а также при производстве работ, интенсивность которых неодинакова в течение рабочего дня (смены), рабочий день может быть разделен на части, но с таким расчетом, чтобы общая продолжительность рабочего времени не превышала установленной продолжительности ежедневной работы.

Разделение рабочего дня с определением его частей производится работодателем с учетом мнения выборного профсоюзного органа организации.

Совершенствование организации труда в магазине неразрывно связано с улучшением **условий труда работников**, которые в значительной мере определяют их работоспособность и утомляемость. Добиться улучшения условий труда можно внедрением средств механизации тяжелых и трудоемких работ, улучшением санитарно-гигиенических, бытовых и эстетических условий труда, обеспечением охраны труда и строгим соблюдением техники безопасности.

Улучшению условий труда работников магазина во многом способствует широкое применение тары-оборудования для доставки товаров в розничную торговую сеть, внедрение средств механизации погрузочно-разгрузочных работ и внутримagasинного перемещения товаров, механизация операций, связанных с подготовкой товаров к продаже и их отпуском, а также учетно-вычислительных операций.

Условия труда работников магазина во многом зависят от вентиляции и отопления. В торговом зале и других помещениях магазина должен поддерживаться нормальный воздухообмен и температура воздуха. Температура воздуха в торговом зале и подсобных помещениях магазина в холодный период года должна быть в пределах 17–22 °С, в теплый период — не превышать 28 °С. Согласно санитарным нормам ско-

рость движения воздуха в помещениях в теплый период года может быть в пределах от 0,3 до 0,5 м/с, в холодный — не более 0,3 м/с. Превышение этих норм может привести к возникновению простудных заболеваний работников магазина. Система вентиляции и отопления должна предусматривать равномерное распределение воздуха в помещениях магазина. Относительная влажность воздуха в холодный и переходный периоды года не должна превышать 75%, в теплый период года она может быть в пределах от 55 (при 28 °С) до 75% (при 24 °С).

Особые требования предъявляются к освещению магазинов. Оно должно быть равномерным, достаточно интенсивным, но неослепляющим. Важно, чтобы освещение не искажало фактический цвет товаров. Рабочие места фасовщиков, продавцов гастрономических товаров, контролеров-кассиров должны освещаться в 1,5–2 раза интенсивнее, чем остальная часть торгового зала.

В рабочих помещениях магазина концентрация пыли в воздухе не должна превышать 10 мг/м<sup>3</sup>. Снизить концентрацию пыли можно при помощи вытяжной вентиляции. Для удаления пыли, осевшей на оборудовании, стенах и т. д., используют пылесосы.

Неблагоприятное воздействие на организм человека оказывает шум. Он приводит к переутомлению работников, развитию различных заболеваний. Основными источниками шума в магазинах являются транспортеры, холодильные и вентиляционные установки, а также некоторые другие виды торгово-технологического оборудования. Шум оказывает отрицательное воздействие не только на работников магазина, но и на покупателей. Предельно допустимый уровень шума для торговых залов магазинов составляет 50–60 дБ.

Улучшению условий труда работников торговли, повышению качества обслуживания покупателей способствуют также соблюдение требований технической эстетики при организации рабочих мест и оформлении интерьеров, а также строгое соблюдение санитарно-гигиенических условий труда. Магазины должны располагать необходимыми санитарно-техническими устройствами и бытовыми помещениями.



На производительность труда работников магазина, качество обслуживания покупателей существенное влияние оказывает микроклимат в коллективе. Благоприятный микроклимат в коллективе предполагает доброжелательное отношение работников друг к другу, дружную работу, взаимовыручку и т. д. Он во многом зависит от характера и стиля руководства коллективом магазина.

## **§ 15.4. Организация материальной ответственности в магазине**

На работников розничных торговых предприятий возлагается материальная ответственность, то есть обязанность возместить имущественный ущерб, причиненный предприятию по их вине.

В соответствии с Трудовым кодексом РФ работник обязан возместить работодателю причиненный ему прямой действительный ущерб. При этом неполученные доходы (упущенная выгода) взысканию с работника не подлежат.

Под *прямым действительным ущербом* понимается реальное уменьшение наличного имущества работодателя или ухудшение состояния указанного имущества (в том числе имущества третьих лиц, находящегося у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества), а также необходимость для работодателя произвести затраты либо излишние выплаты на приобретение, восстановление имущества или на возмещение ущерба, причиненного работником третьим лицам.

Материальная ответственность работника исключается в случаях возникновения ущерба вследствие непреодолимой силы, нормального хозяйственного риска, крайней необходимости или необходимой обороны либо неисполнения работодателем обязанности по обеспечению надлежащих условий для хранения имущества, вверенного работнику.

Работодатель имеет право с учетом конкретных обстоятельств, при которых был причинен ущерб, полностью или частично отказаться от его взыскания с виновного работника.

За причиненный ущерб работник несет материальную ответственность в пределах своего среднего месячного заработка, если иное не предусмотрено действующим законодательством.

Материальная ответственность в полном размере причиненного ущерба возлагается на работника в следующих случаях:

1) когда в соответствии с действующим законодательством на работника возложена материальная ответственность в полном размере за ущерб, причиненный работодателю при исполнении работником трудовых обязанностей;

2) недостачи ценностей, вверенных ему на основании специального письменного договора или полученных им по разовому документу;

3) умышленного причинения ущерба;

4) причинения ущерба в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения;

5) причинения ущерба в результате преступных действий работника, установленных приговором суда;

6) причинения ущерба в результате административного проступка, если таковой установлен соответствующим государственным органом;

7) разглашения сведений, составляющих охраняемую законом тайну (служебную, коммерческую или иную), в случаях, предусмотренных федеральными законами;

8) причинения ущерба не при исполнении работником трудовых обязанностей.

Материальная ответственность в полном размере причиненного работодателю ущерба может быть установлена трудовым договором, заключаемым с руководителем организации, заместителями руководителя, главным бухгалтером.

Работники в возрасте до восемнадцати лет несут полную материальную ответственность лишь за умышленное причинение ущерба, за ущерб, причиненный в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения, а также за ущерб, причиненный в результате совершения преступления или административного проступка.

Договоры о полной материальной ответственности заключаются в письменной форме. Различают два вида письменных договоров:

- о полной индивидуальной материальной ответственности;
- полной коллективной (бригадной) материальной ответственности.

Постановлением Минтруда РФ от 31.12.2002 № 85 утверждены перечни должностей и работ, замещаемых или выполняемых работниками, с которыми работодатель может заключать письменные договоры о полной индивидуальной или коллективной (бригадной) материальной ответственности, а также типовые формы этих договоров.

Так, письменные договоры о полной индивидуальной материальной ответственности могут заключаться со следующими категориями работников:

- кассирами, контролерами, кассирами-контролерами (в том числе старшими), а также с другими работниками, выполняющими их функции;
- директорами, заведующими, администраторами (в том числе старшими и главными), другими руководителями организаций и подразделений (в том числе секций, отделов, залов) торговли, их заместителями, помощниками, продавцами, товароведами всех специализаций (в том числе старшими и главными), а также иными работниками, выполняющими аналогичные функции.

С перечисленными категориями работников работодатель может заключить договор по типовой форме о полной индивидуальной материальной ответственности.

### **Типовая форма договора о полной индивидуальной материальной ответственности**

\_\_\_\_\_,  
(наименование организации)  
далее именуемый "Работодатель", в лице руководителя \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)  
или его заместителя \_\_\_\_\_,  
(фамилия, имя, отчество)

действующего на основании \_\_\_\_\_,  
(устава, положения, доверенности)  
с одной стороны, и \_\_\_\_\_  
(наименование должности)  
\_\_\_\_\_,  
(фамилия, имя, отчество)

именуемый в дальнейшем “Работник”, с другой стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Работник принимает на себя полную материальную ответственность за недостачу вверенного ему Работодателем имущества, а также за ущерб, возникший у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам, и в связи с изложенным обязуется:

а) бережно относиться к переданному ему для осуществления возложенных на него функций (обязанностей) имуществу Работодателя и принимать меры к предотвращению ущерба;

б) своевременно сообщать Работодателю либо непосредственному руководителю о всех обстоятельствах, угрожающих обеспечению сохранности вверенного ему имущества;

в) вести учет, составлять и представлять в установленном порядке товарно-денежные и другие отчеты о движении и остатках вверенного ему имущества;

г) участвовать в проведении инвентаризации, ревизии, иной проверке сохранности и состояния вверенного ему имущества.

2. Работодатель обязуется:

а) создавать Работнику условия, необходимые для нормальной работы и обеспечения полной сохранности вверенного ему имущества;

б) знакомить Работника с действующим законодательством о материальной ответственности работников за ущерб, причиненный работодателю, а также иными нормативными правовыми актами (в том числе локальными) о порядке хранения, приема, обработки, продажи (отпуска), перевозки, применения в процессе производства и осуществления других операций с переданным ему имуществом;

в) проводить в установленном порядке инвентаризацию, ревизии и другие проверки сохранности и состояния имущества.

3. Определение размера ущерба, причиненного Работником Работодателю, а также ущерба, возникшего у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам, и порядок их возмещения производятся в соответствии с действующим законодательством.

4. Работник не несет материальной ответственности, если ущерб причинен не по его вине.

5. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания. Действие настоящего Договора распространяется на все время работы с вверенным Работнику имуществом Работодателя.

6. Настоящий Договор составлен в двух имеющих одинаковую юридическую силу экземплярах, из которых один находится у Работодателя, а второй — у Работника.

7. Изменение условий настоящего Договора, дополнение, расторжение или прекращение его действия осуществляются по письменному соглашению сторон, являющемуся неотъемлемой частью настоящего Договора.

**Адреса сторон Договора:**

**Подписи сторон Договора:**

Работодатель \_\_\_\_\_

Работник \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Дата заключения Договора**

**Место печати**

Полная коллективная (бригадная) материальная ответственность за недостачу вверенного работниками имущества может вводиться при выполнении следующих видов работ, выполняемых на предприятиях розничной торговли:

- расчеты при продаже (реализации) товаров и услуг;
- работы по купле (приему), продаже (торговле, отпуску, реализации) услуг, товаров, подготовке их к продаже (торговле, отпуску, реализации).

Для заключения письменного договора используется типовая форма договора о полной коллективной (бригадной) материальной ответственности.

### **Типовая форма договора о полной коллективной (бригадной) материальной ответственности**

\_\_\_\_\_,  
(наименование организации)  
далее именуемый "Работодатель", в лице руководителя \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)  
или его заместителя \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)  
действующего на основании \_\_\_\_\_,  
(устава, положения, доверенности)

с одной стороны, и члены коллектива (бригады) \_\_\_\_\_,  
(наименование цеха,

\_\_\_\_\_,  
отдела, отделения, фермы, участка, иного подразделения)  
именуемые в дальнейшем "Коллектив (бригада)", в лице руководителя Коллектива (бригадира) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_,  
(фамилия, имя, отчество; занимаемая должность)

заключили настоящий Договор о нижеследующем.

## **I. Предмет Договора**

Коллектив (бригада) принимает на себя коллективную (бригадную) материальную ответственность за необеспечение сохранности имущества, вверенного ему для \_\_\_\_\_,

(наименование вида работ)

а также за ущерб, возникший у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам, а Работодатель обязуется создать Коллективу (бригаде) условия, необходимые для надлежащего исполнения принятых обязательств по настоящему Договору.

## **II. Общие положения**

1. Решение Работодателя об установлении полной коллективной (бригадной) материальной ответственности оформляется приказом (распоряжением) Работодателя и объявляется Коллективу (бригаде).

Приказ (распоряжение) Работодателя об установлении полной коллективной (бригадной) материальной ответственности прилагается к настоящему Договору.

2. Комплектование вновь создаваемого Коллектива (бригады) осуществляется на основе принципа добровольности. При включении в состав Коллектива (бригады) новых работников принимается во внимание мнение Коллектива (бригады).

3. Руководство Коллективом (бригадой) возлагается на руководителя Коллектива (бригадира).

Руководитель Коллектива (бригадир) назначается приказом (распоряжением) Работодателя. При этом принимается во внимание мнение Коллектива (бригады).

При временном отсутствии руководителя Коллектива (бригадира) его обязанности возлагаются Работодателем на одного из членов Коллектива (бригады).

4. При смене руководителя Коллектива (бригадира) или при выбытии из Коллектива (бригады) более 50 процентов от его первоначального состава настоящий Договор должен быть перезаключен.

5. Настоящий Договор не перезаключается при выбытии из состава Коллектива (бригады) отдельных работников или приеме в Коллектив (бригаду) новых работников. В этих случаях против подписи выбывшего члена Коллектива (бригады) указывается дата его выбытия, а вновь принятый работник подписывает Договор и указывает дату вступления в Коллектив (бригаду).

## **III. Права и обязанности Коллектива (бригады) и Работодателя**

6. Коллектив (бригада) имеет право:

а) участвовать в приеме вверенного имущества и осуществлять взаимный контроль за работой по хранению, обработке, продаже (отпуску), перевозке или применению в процессе производства вверенного имущества;

б) принимать участие в инвентаризации, ревизии, иной проверке сохранности состояния вверенного Коллективу (бригаде) имущества;

в) знакомиться с отчетами о движении и остатках вверенного Коллективу (бригаде) имущества;

г) в необходимых случаях требовать от Работодателя проведения инвентаризации вверенного Коллективу (бригаде) имущества;

д) заявлять Работодателю об отводе членов Коллектива (бригады), в том числе руководителя Коллектива (бригадира), которые, по их мнению, не могут обеспечить сохранность вверенного Коллективу (бригаде) имущества.

7. Коллектив (бригада) обязан:

а) бережно относиться к вверенному Коллективу (бригаде) имуществу и принимать меры по предотвращению ущерба;

б) в установленном порядке вести учет, составлять и своевременно представлять отчеты о движении и остатках вверенного Коллективу (бригаде) имущества;

в) своевременно ставить в известность Работодателя о всех обстоятельствах, угрожающих сохранности вверенного Коллективу (бригаде) имущества.

8. Работодатель обязан:

а) создавать Коллективу (бригаде) условия, необходимые для обеспечения полной сохранности имущества, вверенного Коллективу (бригаде);

б) своевременно принимать меры по выявлению и устранению причин, препятствующих обеспечению Коллективом (бригадой) сохранности вверенного имущества, выявлять конкретных лиц, виновных в причинении ущерба, и привлекать их к установленной законодательством ответственности;

в) знакомить Коллектив (бригаду) с действующим законодательством о материальной ответственности работников за ущерб, причиненный работодателю, а также с иными нормативными правовыми актами (в т. ч. локальными) о порядке хранения, обработки, продажи (отпуска), перевозки, применения в процессе производства и осуществления других операций с переданным ему имуществом;

г) обеспечивать Коллективу (бригаде) условия, необходимые для своевременного учета и отчетности о движении и остатках вверенного ему имущества;

д) рассматривать вопрос об обоснованности требования Коллектива (бригады) о проведении инвентаризации вверенного ему имущества;

е) рассматривать в присутствии работника заявленный ему отвод и в случае обоснованности отвода принимать меры к выводу его из состава Коллектива (бригады), решать вопрос о его дальнейшей работе в соответствии с действующим законодательством;

ж) рассматривать сообщения Коллектива (бригады) об обстоятельствах, угрожающих сохранности вверенного ему имущества, и принимать меры по устранению этих обстоятельств.

#### **IV. Порядок ведения учета и отчетности**

9. Прием имущества, ведение учета и представление отчетности о движении имущества осуществляется в установленном порядке руководителем Коллектива (бригадиром).

10. Плановые инвентаризации вверенного Коллективу (бригаде) имущества проводятся в сроки, установленные действующими правилами.

Внеплановые инвентаризации проводятся при смене руководителя Коллектива (бригадира), при выбытии из Коллектива (бригады) более 50

процентов его членов, а также по требованию одного или нескольких членов Коллектива (бригады).

11. Отчеты о движении и остатках вверенного Коллективу (бригаде) имущества подписываются руководителем Коллектива (бригадиром) и в порядке очередности одним из членов Коллектива (бригады).

Содержание отчета объявляется всем членам Коллектива (бригады).

## **V. Возмещение ущерба**

12. Основанием для привлечения членов Коллектива (бригады) к материальной ответственности является прямой действительный ущерб, непосредственно причиненный Коллективом (бригадой) Работодателю, а также и ущерб, возникший у Работодателя в результате возмещения им ущерба иным лицам.

13. Коллектив (бригада) и/или член Коллектива (бригады) освобождаются от материальной ответственности, если будет установлено, что ущерб причинен не по вине членов (члена) Коллектива (бригады).

14. Определение размера ущерба, причиненного Коллективом (бригадой) Работодателю, а также порядок его возмещения регулируются действующим законодательством.

15. Настоящий Договор вступает в силу с \_\_\_\_\_ и действует на весь период работы Коллектива (бригады) с вверенным ему имуществом у Работодателя.

16. Настоящий Договор составлен в двух имеющих одинаковую юридическую силу экземплярах, один из которых находится у Работодателя, а второй — у руководителя Коллектива (бригады).

17. Изменение условий настоящего Договора, дополнение, расторжение или прекращение его действия осуществляются по письменному соглашению сторон, являющемуся неотъемлемой частью настоящего Договора.

### **Адреса сторон Договора:**

Работодатель \_\_\_\_\_

Руководитель \_\_\_\_\_

Коллектива (бригады) \_\_\_\_\_

Члены Коллектива (бригады) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### **Подписи сторон Договора:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### **Дата заключения Договора**

### **Место печати**



## **Глава 16. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

---

### **§ 16.1. Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”**

Действие Федерального закона “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” распространяется на отношения, возникающие между органами государственной власти, местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности, а также на отношения между хозяйствующими субъектами при осуществлении торговой деятельности за исключением отношений, связанных с организацией и осуществлением внешне-торговой деятельности, деятельности по проведению организованных торгов, по продаже товаров на розничных рынках, купли-продажи ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения.

В Законе даны определения таких основных терминов, как торговый объект, торговая сеть и т. д.

Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности наряду с указанным Федеральным законом осуществляется в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Законом РФ “О защите прав потребителей”, другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, законами и другими нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

К методам государственного регулирования торговой деятельности, предусмотренным Федеральным законом “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”, относятся установление требований к ее организации и осуществлению, антимонопольное регулирование, информационное обеспечение, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль.

В статьях 5 и 6 Закона определены полномочия Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности. Так, Правительство РФ осуществляет следующие основные полномочия:

- обеспечение проведения государственной политики в области торговой деятельности;
- утверждение методики расчета и порядка установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;
- утверждение методики расчета объема всех реализованных продовольственных товаров в границах субъекта Российской Федерации, в том числе в границах города федерального значения Москвы или Санкт-Петербурга, в границах муниципального района, городского округа в денежном выражении за финансовый год, и определение доли объема всех реализованных таких товаров субъектом торговой деятельности (торговой сети), за исключением сельскохозяйственного потребительского кооператива, организации потребительской кооперации, в границах соответствующего административно-территориального образования в денежном выражении за финансовый год.

Полномочиями федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренней торговли (Министерство промышленности и торговли РФ), в частности, являются:

- утверждение методических рекомендаций по разработке региональных программ развития торговли;

- утверждение формы торгового реестра, порядка его формирования и предоставления информации, содержащейся в нем.

Основные полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации следующие:

- разработка и принятие законов субъектов Российской Федерации, иных нормативно-правовых актов субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования торговой деятельности;

- установление нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для субъекта Российской Федерации.

Органы местного самоуправления создают условия для обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли. Следует отметить, что такие органы внутригородских муниципальных образований городов федерального значения (Москва и Санкт-Петербург) вправе создавать указанные условия, только если это определено законами указанных субъектов Российской Федерации как вопрос местного значения.

Согласно п. 3 ст. 3 Закона органы местного самоуправления также вправе издавать муниципальные правовые акты по вопросам, связанным с созданием условий для обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли.

Специальная статья Закона посвящена участию в формировании и реализации государственной политики в области торговой деятельности некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров. Оно может осуществляться в следующих основных формах:

- 1) участие в разработке проектов нормативных правовых актов Российской Федерации в области торговой деятельности, региональных и муниципальных программ развития торговли;

- 2) участие в анализе финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли на терри-

ториях субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, в оценке эффективности применения мер по ее поддержке, в подготовке прогноза развития торговли на территориях субъектов Российской Федерации, муниципальных образований;

3) распространение российского и иностранного опыта в области торговой деятельности;

4) предоставление необходимой информации для формирования и реализации государственной политики в области торговой деятельности;

5) подготовка для органов государственной власти и органов местного самоуправления предложений о совершенствовании торговой деятельности.

В Федеральном законе “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации” сформулированы права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, при организации торговой деятельности и ее осуществлении, а также права и обязанности хозяйствующих субъектов в связи с заключением и исполнением договора поставки продовольственных товаров.

Законом введены специальные правила регулирования некоторых условий договора поставки продовольственных товаров, в частности условия о вознаграждении субъекта, осуществляющего торговую деятельность, за приобретение им товаров определенного количества и условия об оплате поставленного товара. Установлен запрет на создание дискриминационных условий, навязывание определенных условий контрагенту по договору поставки и на использование при поставке продовольственных товаров в торговые сети договора комиссии и смешанного договора, содержащего его элементы. Кроме того, предусмотрено ограничение на использование посреднических договоров при продвижении продовольственных товаров, ограничение в отношении некоторых субъектов торговой деятельности, организующих торговлю через торговые сети, на приобретение и аренду дополнительной площади торговых объектов.

В соответствии с Законом изменены преддоговорные отношения сторон договора поставки продовольственных товаров, а также условия этого договора.

Закон предусматривает, что субъект торговой деятельности обязан предоставить поставщику продовольственных товаров доступ к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора. Данный доступ обеспечивается путем размещения информации на сайте субъекта торговой деятельности или предоставления запрашиваемых сведений безвозмездно в 14-дневный срок со дня получения соответствующего запроса. Аналогичная обязанность возложена и на поставщика продовольственных товаров.

Закон регулирует условия договора поставки продовольственных товаров. Пунктом 4 ст. 9 допускается включение в цену такого договора вознаграждения, выплачиваемого субъекту торговой деятельности, за приобретение им у поставщика определенного количества товаров. Размер вознаграждения устанавливается договором, но не учитывается при определении цены товаров. Размер вознаграждения не может превышать 10% от цены приобретенных товаров. Выплата вознаграждения не распространяется на приобретение отдельных видов социально значимых продовольственных товаров.

Пункт 6 ст. 9 императивно устанавливает, что иные вознаграждения за исполнение субъектом торговой деятельности условий этого договора и (или) его изменение не могут включаться в цену договора.

Пункт 7 ст. 9 регулирует порядок заключения договора поставки продовольственных товаров с условием оплаты таких товаров через определенное время после их передачи субъекту торговой деятельности. В этом случае срок оплаты таких товаров определяется следующим образом:

- продовольственные товары, срок годности которых менее 10 дней, подлежат оплате в срок не позднее 10 рабочих дней со дня приемки таких товаров субъектом торговой деятельности;

- продовольственные товары, на которые срок годности установлен от 10 до 30 дней включительно, подлежат оплате в срок не позднее 30 календарных дней со дня приемки таких товаров субъектом торговой деятельности;

- продовольственные товары, срок годности которых свыше 30 дней, а также алкогольная продукция, произведенная на территории Российской Федерации, подлежат оплате в течение 45 календарных дней со дня приемки товаров субъектом торговой деятельности.

Данная оплата осуществляется при условии исполнения поставщиком обязанности по передаче документов, относящихся к поставкам товаров, т. е. при условии надлежащей поставки.

Урегулирована ситуация, когда поставщик продовольственных товаров не передает необходимые документы субъекту торговой деятельности. В этом случае сроки оплаты продовольственных товаров увеличиваются на период предоставления поставщиком указанных документов по запросу субъекта торговой деятельности.

В пунктах 10 и 12 ст. 9 наложен запрет на установление в договоре поставки продовольственных товаров некоторых условий. Так, не допускается:

- установление запрета на перемену лиц в обязательстве по договору путем уступки требования, а также ответственности за несоблюдение этого запрета;

- включение условий о совершении субъектом торговой деятельности услуг по рекламированию товаров, маркетингу и подобных услуг по продвижению продовольственных товаров;

- заключение договора поставки продовольственных товаров путем понуждения к заключению договора возмездного оказания услуг по продвижению таких товаров.

Пунктом 11 данной статьи установлено, что услуги по продвижению продовольственных товаров оказываются субъектом торговой деятельности на основании договоров возмездного оказания услуг.

В Законе (ст. 13) установлены антимонопольные правила для субъектов торговой деятельности и поставщиков продо-

вольственных товаров. В соответствии с данной статьей субъектам торговой деятельности, организующим торговлю через торговые сети, и поставщикам продовольственных товаров в торговые сети запрещается:

- 1) создавать дискриминационные условия, в том числе:
  - создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других субъектов;
  - нарушать установленный нормативными правовыми актами порядок ценообразования;
- 2) навязывать контрагенту условия:
  - о запрете на заключение субъектом договоров поставки продовольственных товаров с другими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность, а также с другими субъектами на аналогичных или иных условиях;
  - об ответственности за неисполнение обязательства субъекта о поставках продовольственных товаров на условиях, которые лучше, чем условия для других субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность;
  - о предоставлении субъектом контрагенту сведений о заключаемых данным субъектом договорах с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;
  - о внесении субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров субъекту, осуществляющему торговую деятельность посредством организации торговой сети, в функционирующие или открываемые торговые объекты;
  - о внесении субъектом платы за изменение ассортимента продовольственных товаров;
  - о снижении субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, их цены до уровня, который при условии установления торговой надбавки (наценки) к их цене не превысит минимальную цену таких товаров при их продаже субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;
  - о возмещении субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, убытков в связи с утратой или повреждением таких товаров после перехода права собствен-

ности на такие товары, за исключением случаев, если утрата или повреждение произошли по вине субъекта, осуществляющего поставки таких товаров;

- о возмещении субъектом затрат, не связанных с исполнением договора поставки продовольственных товаров и последующей продажей конкретной партии таких товаров;

- о возврате субъекту, осуществившему поставки продовольственных товаров, таких товаров, не проданных по истечении определенного срока, за исключением случаев, если возврат таких товаров допускается или предусмотрен законодательством;

- иные условия, если они содержат существенные признаки навязываемых условий, перечисленные выше.

Закон определяет особенности размещения нестационарных торговых объектов на земельных участках, в зданиях, строениях, сооружениях, находящихся в государственной или муниципальной собственности, которое должно осуществляться в соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов, учитывающей необходимость обеспечения устойчивого развития территорий и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов.

Схемой размещения нестационарных торговых объектов должно предусматриваться размещение не менее чем 60% нестационарных торговых объектов, используемых субъектами малого или среднего предпринимательства, осуществляющими торговую деятельность, от общего количества нестационарных торговых объектов.

Схема размещения нестационарных торговых объектов и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования муниципальных правовых актов, а также размещению на официальных сайтах органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации и органа местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”.

Утверждение схемы размещения нестационарных торговых объектов, равно как и внесение в нее изменений, не может служить основанием для пересмотра мест размещения



нестационарных торговых объектов, строительство, реконструкция или эксплуатация которых были начаты до утверждения указанной схемы.

Порядок размещения и использования нестационарных торговых объектов в стационарном торговом объекте, в ином здании, строении, сооружении или на земельном участке, находящихся в частной собственности, устанавливается собственником стационарного торгового объекта, иного здания, строения, сооружения или земельного участка с учетом требований, определенных законодательством Российской Федерации.

Порядок организации ярмарок и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них регулируется ст. 11 Закона. Ярмарки организуются органами государственной власти и местного самоуправления, а также юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями (организаторы ярмарки).

Организатор ярмарки разрабатывает, утверждает и публикует план мероприятий по организации ярмарки и продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ней, определяет режим работы ярмарки, порядок ее организации и предоставления торговых мест. Торговые места на ярмарке предоставляются юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также гражданам (в том числе гражданам главам — главам крестьянских (фермерских) хозяйств, членам таких хозяйств, гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством). Такое предоставление является возмездным, размер платы за торговое место и за оказание услуг по обеспечению торговли определяется организатором ярмарки.

Статьей 14 Закона установлено ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов. Так, субъект торговой деятельности, который организует торговлю через торговые сети (за исключением сельскохозяйственного потребительско-

го кооператива, организации потребительской кооперации) и осуществляет розничную торговлю продовольственными товарами и доля которого превышает 25% объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, муниципального района, городского округа, не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах, проводимых в целях их приобретения.

Нарушение данной нормы влечет ничтожность заключенного договора. Законодатель устанавливает, что требование о применении последствий недействительности такой сделки может быть предъявлено в суд любым заинтересованным лицом, в том числе Федеральной антимонопольной службой.

Статья 14 Закона ограничивает развитие субъектов торговой деятельности, организующих торговлю через торговые сети в границах административно-территориальных образований, по всей видимости, с целью поддержания и развития конкуренции на продовольственном рынке данных образований.

Приведенные нормы не распространяются на сделки, связанные с приобретением, арендой или введением в эксплуатацию торговых объектов, если они были совершены до вступления в силу рассматриваемого Закона.

Субъектам торговой деятельности, организующим торговлю через торговые сети, и поставщикам продовольственных товаров в торговые сети запрещено осуществлять оптовую торговлю с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии (ст. 13 Закона).

Законом закреплены особенности оборота социально значимых продовольственных товаров первой необходимости. Перечень таких товаров, а также предельно допустимые розничные цены на них устанавливаются Правительством РФ.

В Законе определены антимонопольные требования к органам государственной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления в области торговой деятельности, что позволяет обеспечить баланс интересов всех участников торговой деятельности и должно содействовать развитию конкуренции и недопущению злоупотреблений в сфере торговли.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации, местного самоуправления, а также иные органы и организации, осуществляющие их функции, не вправе принимать акты и (или) совершать действия (бездействие), которые приводят или могут привести к установлению на товарном рынке правил осуществления торговой деятельности, отличающихся от аналогичных правил, которые установлены федеральными законами и иными нормативно-правовыми актами. Так, ст. 15 Закона запрещено:

- возлагать на субъектов торговой деятельности и поставщиков товаров обязанность участвовать в повторной проверке качества и безопасности товаров, в региональной или муниципальной системе качества товаров, если такая обязанность не передана указанным органам;

- понуждать субъектов торговой деятельности и поставщиков товаров участвовать в прохождении контрольных и (или) разрешительных процедур, установленных нормативно-правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами в дополнение к предусмотренным Федеральными законами процедурам и являющихся условиями организации и осуществления торговой деятельности на территории субъекта Российской Федерации или муниципального образования. К таким процедурам и условиям относятся аттестация торговых объектов, аккредитация субъектов, сертификация товаров, соответствие торговых объектов требованиям законодательства;

- понуждать субъектов торговой деятельности и поставщиков продовольственных товаров продавать товары по ценам, определенным в порядке, который установлен органами местного самоуправления или органами исполнительной вла-

сти субъектов РФ, если указанные органы не наделены правом государственного регулирования цен;

- принимать нормативно-правовые акты и решения:

- запрещающие или ограничивающие свободное перемещение товаров;

- вводящие ограничения продажи отдельных видов товаров;

- понуждающие субъектов торговой деятельности к заключению в приоритетном порядке договоров поставки товаров с определенными поставщиками, а поставщиков — к заключению таких договоров с определенным субъектом торговой деятельности;

- устанавливающие для субъектов торговой деятельности ограничения выбора поставщиков, а для поставщиков — выбора субъектов торговой деятельности;

- дискриминирующие субъектов торговой деятельности и поставщиков товаров в доступе к объектам транспорта, инфраструктуры.

Специальная глава Закона посвящена мерам по развитию торговой деятельности. Так, в ст. 17 определены мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности. В частности, органы государственной власти субъектов Российской Федерации в пределах своей компетенции осуществляют в соответствии с законодательством мероприятия, предусматривающие:

- 1) стимулирование инвестиционных проектов, направленных на строительство логистических центров поставок, осуществляющих прием и хранение сельскохозяйственной продукции, формирование партий товаров для отгрузки хозяйствующим субъектам, осуществляющим оптовую и (или) розничную торговлю продовольственными товарами;

- 2) поддержку сельскохозяйственных потребительских кооперативов, организаций потребительской кооперации, осуществляющих торгово-закупочную деятельность в сельской местности;

- 3) стимулирование деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и обеспечение взаимодействия хозяйствующих субъектов, осу-

осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки товаров, путем организации и проведения выставок в области торговой деятельности, ярмарок.

Органы местного самоуправления в целях обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли:

- 1) предусматривают строительство, размещение торговых объектов в документах территориального планирования, правилах землепользования и застройки;

- 2) разрабатывают и утверждают схемы размещения нестационарных торговых объектов с учетом нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;

- 3) принимают меры экономического стимулирования по поддержке строительства, размещению объектов социально ориентированной торговой инфраструктуры и обеспечению доступности для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, имущества, находящегося в муниципальной собственности;

- 4) проводят анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей состояния торговли на территориях муниципальных образований и анализ эффективности применения мер по развитию торговой деятельности на этих территориях.

Особое внимание в Законе уделено региональным и муниципальным программам развития торговли, учитывающим социально-экономические, экологические, культурные и другие особенности развития субъектов Российской Федерации, муниципальных образований.

В программах развития торговли определяются:

- 1) цели, задачи и ожидаемые результаты развития торговли с учетом достижения установленных нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;

- 2) мероприятия, направленные на достижение целей государственной политики в области торговой деятельности, в том числе мероприятия по оказанию приоритетной поддержки в развитии торговли товарами российским производителем.

лям товаров, субъектам малого или среднего предпринимательства, формированию конкурентной среды, развитию торговли в сельской местности;

3) объем и источники финансирования мероприятий, содействующих развитию торговой деятельности;

4) основные показатели эффективности реализации программ развития торговли;

5) порядок организации реализации программ развития торговли и порядок контроля за их реализацией.

Основными показателями эффективности реализации программ развития торговли являются:

1) достижение установленных нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;

2) повышение доступности товаров для населения;

3) формирование торговой инфраструктуры с учетом видов и типов торговых объектов, форм и способов торговли, потребностей населения.

Нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для субъектов Российской Федерации, в том числе для входящих в их состав муниципальных образований, разрабатываются уполномоченными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации в соответствии с методикой расчета указанных нормативов, утвержденной Правительством РФ.

Нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов утверждаются в составе документов, определяющих направления социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, и учитываются в документах территориального планирования, генеральных планах, региональных и муниципальных программах развития торговли, схемах размещения нестационарных торговых объектов.

Утвержденные нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов не могут служить основанием для пересмотра размещения стационарных торговых объектов, нестационарных торговых объектов, строительство или реконструкция которых начаты либо завершены до утверждения указанных нормативов.

Для повышения эффективности управления в области торговой деятельности и содействия ее развитию создается система государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности. Создание системы государственного информационного обеспечения в области торговой деятельности и обеспечение ее функционирования осуществляются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренней торговли, в порядке, установленном Правительством РФ.

## **§ 16.2. Защита прав потребителей**

В Российской Федерации имеется целая группа нормативных актов (как законов, так и постановлений правительства), регулирующих отдельные сферы потребительского законодательства. Основное регулирование отношений с участием потребителей осуществляется Гражданским кодексом РФ и Законом РФ “О защите прав потребителей”. Данный закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

Для того чтобы исключить ограничение прав потребителей ведомственными инструкциями, в Закон РФ “О защите прав потребителей” введен прямой запрет передавать органам исполнительной власти право принимать нормативные акты, в которых содержатся нормы, касающиеся потребителей. Только Правительство РФ имеет право устанавливать правила организации деятельности по продаже товаров (ока-

занию услуг) потребителям, а также издавать правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров (договоров розничной купли-продажи, договоров об оказании услуг и др.). Это право не может быть передано никаким другим субъектам исполнительной власти.

В преамбуле Закона РФ “О защите прав потребителей” закона даются определения основным используемым в нем понятиям.

*Потребитель* — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

*Изготовитель* — организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям.

*Исполнитель* — организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору.

*Продавец* — организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

*Уполномоченная изготовителем (продавцом) организация или уполномоченный изготовителем (продавцом) индивидуальный предприниматель* — организация, осуществляющая определенную деятельность, или организация, созданная на территории Российской Федерации изготовителем (продавцом), в том числе иностранным изготовителем (иностранном продавцом), выполняющая определенные функции на основании договора с изготовителем (продавцом) и уполномоченная им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества, либо индивидуальный предприниматель, зарегистрированный на территории Российской Федерации, выполняющий определенные функции на основании догово-



ра с изготовителем (продавцом), в том числе с иностранным изготовителем (иностранным продавцом), и уполномоченный им на принятие и удовлетворение требований потребителей в отношении товара ненадлежащего качества.

*Импортер* — организация, независимо от организационно-правовой формы, или индивидуальный предприниматель, осуществляющие импорт товара для его последующей реализации на территории Российской Федерации.

*Недостаток товара (услуги)* — несоответствие товара (услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленном им порядке, или условиям договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар (услуга) такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию.

*Существенный недостаток товара (услуги)* — неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки.

*Безопасность товара (услуги)* — безопасность товара (работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги).

**Общие положения Закона.** В соответствии с требованиями Гражданского кодекса РФ и Закона РФ “О защите прав потребителей” *продавец обязан передать потребителю товар, качество которого соответствует договору*, а при отсутствии в договоре условий о качестве товара — передать товар, пригодный для целей, для которых товар такого рода обычно используется.

В том случае, когда продавец при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения, он обязан передать потребителю товар, пригодный для использования в соответствии с этими целями.

Если законами или в установленном ими порядке предусмотрены обязательные требования к товару, потребителю должен быть передан товар, соответствующий этим требованиям.

При продаже товара по образцу или описанию продавец обязан передать потребителю товар, который им соответствует.

Законом предусмотрены права и обязанности изготовителя (продавца) устанавливать срок службы, срок годности товара и гарантийный срок на товар.

*Срок службы* изготовитель вправе устанавливать на товар, предназначенный для длительного использования. Это период, в течение которого изготовитель обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, имеющиеся в нем.

В некоторых случаях установление срока службы является обязанностью изготовителя. Это правило действует в отношении товаров, а также комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинить вред его имуществу или окружающей среде.

Срок службы может измеряться либо единицами времени (часами, месяцами, годами и др.), либо иными единицами измерения (километрами, циклами и др.) исходя из функционального назначения товара.

Изготовитель обязан обеспечить возможность использования товара в течение его срока службы. Для этой цели он обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также выпуск и поставку в торговые и ремонтные организации в необходимых для ремонта и технического обслуживания объеме и ассортименте запасных частей в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока в течение десяти лет со дня передачи товара потребителю.

*Срок годности* — это период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по на-

значению. Он устанавливается на пищевые продукты, парфюмерно-косметические товары, медикаменты, товары бытовой химии и т. п.

Продажа товара по истечении установленного срока годности запрещается. Также запрещается продавать товары, на которые должен быть установлен срок годности, но он не установлен.

Изготовитель вправе устанавливать на товар *гарантийный срок* — период, в течение которого в случае обнаружения в товаре недостатка изготовитель, продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель либо импортер обязаны удовлетворить установленные действующим законодательством требования потребителя (например, о замене товара с недостатком на товар надлежащего качества).

Изготовитель вправе принять дополнительное обязательство в отношении недостатков товара, обнаруженных по истечении установленного им гарантийного срока. При этом он сам определяет содержание дополнительного обязательства, срок его действия и порядок осуществления потребителем прав по нему.

Если изготовителем гарантийный срок на товар установлен не был, то это может сделать продавец. Он же вправе принять на себя дополнительное обязательство в отношении недостатков товара, обнаруженных по истечении гарантийного срока, установленного изготовителем. Содержание дополнительного обязательства продавца, срок его действия и порядок осуществления потребителем прав по нему определяются договором между потребителем и продавцом.

**Права потребителя, установленные Законом.** Потребитель имеет *право на безопасность товара*. Это означает, что товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации должен быть безопасен для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинять вреда имуществу потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара, являются обязательными и устанавливаются законом или в установленном им порядке.

Изготовитель обязан обеспечить безопасность товара в течение установленного для него срока службы или срока годности. Если же изготовитель не установил на товар срок службы, он обязан обеспечить безопасность товара в течение десяти лет со дня передачи его потребителю.

Если для безопасного использования товара, его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар, на этикетке, маркировкой или иным способом. Продавец обязан довести указанные правила до сведения потребителя.

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие необеспечения безопасности товара, подлежит возмещению в порядке, предусмотренном законом.

Если в отношении товаров установлены обязательные требования, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, соответствие товаров указанным требованиям подлежит обязательному подтверждению в порядке, предусмотренном действующим законодательством. Продажа товара, в том числе импортного, без информации об обязательном подтверждении его соответствия указанным требованиям не допускается.

В случаях, когда выявляется, что при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, окружающей среде, изготовитель или продавец обязан незамедлительно приостановить его производство (реализацию) до устранения причин вреда, а в необходимых случаях принять меры по изъятию его из оборота и отзыву от потребителя (потребителей). Если причины вреда устранить невозможно, изготовитель обязан снять такой товар с производства. При невыполнении им этой обязанности уполномоченный федеральный орган исполнительной власти принимает меры по отзыву такого товара с внутреннего рынка или от потребителей в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Убытки, причиненные потребителю в связи

с отзывом товара, подлежат возмещению изготовителем в полном объеме.

*Закон закрепил право потребителей на необходимую и достоверную информацию об изготовителе, продавце, товарах.*

Такая информация в наглядной и доступной форме должна доводиться до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи на русском языке и дополнительно, по усмотрению изготовителя (продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

Информация об изготовителе (продавце) должна содержать:

- фирменное наименование или наименование;
- место его нахождения (адрес);
- режим работы;
- номер и срок действия лицензии, информацию о выдавшем ее органе (если вид осуществляемой продавцом или изготовителем деятельности подлежит лицензированию).

Если изготовителем или продавцом является индивидуальный предприниматель, то он должен дополнительно предоставить информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

При осуществлении торговли вне постоянного места нахождения продавца (например, на ярмарках, с лотков и т. п.) вся указанная информация также должна быть доведена до сведения потребителя.

Информация о товарах (услугах) обязательно должна включать в себя:

- наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;
- сведения об основных потребительских свойствах товаров (услуг), в отношении продуктов питания сведения о составе (в том числе наименование использованных в процессе изготовления продуктов питания пищевых добавок, биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением

генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если содержание указанных организмов в таком компоненте составляет более девяти десятых процента), пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения продуктов питания, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки) продуктов питания, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях. Перечень товаров (услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для их применения при отдельных заболеваниях, утверждается Правительством РФ;

- цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при оплате товаров (работ, услуг) через определенное время после их передачи (выполнения, оказания) потребителю, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы;

- гарантийный срок, если он установлен;

- правила и условия эффективного и безопасного использования товаров (услуг);

- срок службы или срок годности товаров, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по назначению;

- адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера;

- информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров (услуг), если они подлежат такому подтверждению;

- информацию о правилах продажи товаров (оказания услуг).

Если приобретаемый товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток, то информация об этом представляется потребителю обязательно.

Вся перечисленная выше информация доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам, на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров. Информация об обязательном подтверждении соответствия товаров представляется в порядке и способами, которые установлены законодательством Российской Федерации о техническом регулировании, и включает в себя сведения о номере документа, подтверждающего такое соответствие, о сроке его действия и об организации, его выдавшей.

Если потребителю не была предоставлена возможность незамедлительно получить при заключении договора информацию о товаре, он вправе потребовать от продавца возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор уже заключен, то в разумный срок отказаться от его исполнения и потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков. При отказе от исполнения договора товар должен быть возвращен потребителем продавцу.

В случае, когда непредоставление информации или предоставление неполной и недостоверной информации о товаре привело к возникновению в нем недостатков (например, из-за неправильной эксплуатации электробытового прибора, вызванной отсутствием инструкции на русском языке), потребитель вправе предъявить продавцу те же требования, что и в отношении товаров ненадлежащего качества.

Если из-за отсутствия информации о товаре или предоставления ненадлежащей информации будет причинен вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, он вправе требовать от продавца возмещения вреда в полном объеме.

**Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков.** В соответствии с Законом РФ “О защите прав потребителей” потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе:

- потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);

- потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;

- потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;

- отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. В этом случае по требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками.

При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

В отношении технически сложного товара потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене товаром этой же марки (модели, артикула) или таким же товаром другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение 15 дней со дня передачи потребителю такого товара. По истечении этого срока указанные требования подлежат удовлетворению в одном из следующих случаев:

- обнаружение существенного недостатка товара;
- нарушение установленных настоящим Законом сроков устранения недостатков товара;

- невозможность использования товара в течение каждого года гарантийного срока в совокупности более 30 дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

Перечень технически сложных товаров утверждается Правительством РФ.

Все перечисленные выше требования предъявляются потребителем продавцу либо уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю.

Требования о безвозмездном устранении недостатков товара или возмещении расходов на их исправление, а также о



замене товаром аналогичной марки (модели, артикула) потребитель вправе предъявить изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру. Вместо предъявления этих требований он имеет право возвратить изготовителю товар ненадлежащего качества и потребовать возврата уплаченной за него суммы.

Отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющего факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований.

Продавец, изготовитель, уполномоченная организация (уполномоченный индивидуальный предприниматель) или импортер обязаны принять у потребителя товар ненадлежащего качества и в случае необходимости провести проверку его качества. Потребитель вправе участвовать в такой проверке. В случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец, изготовитель, уполномоченная организация (уполномоченный индивидуальный предприниматель) или импортер обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Право потребителя — оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Если в результате проведенной экспертизы будет установлено, что недостатки в товаре возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец или изготовитель (например, из-за нарушений потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара), потребитель обязан возместить расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

**Сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров.** Требования в отношении недостатков товаров потребитель вправе предъявить продавцу (изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру), если недостатки были обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности.

Гарантийный срок товара, а также срок его службы исчисляются со дня передачи товара потребителю. Если день

продажи товара установить невозможно, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара.

Срок годности товара определяется периодом, исчисляемым со дня изготовления товара, в течение которого он пригоден к использованию, или датой, до наступления которой товар пригоден к использованию.

Если иное не установлено договором, то гарантийные сроки на комплектующие изделия и составные части товара считаются равными гарантийному сроку на основное изделие.

Если товар нуждается в сборке, установке или подключении, то гарантийный срок исчисляется со дня его сборки, установки или подключения, а при невозможности установления этих сроков — с момента заключения договора купли-продажи.

Для товаров сезонного назначения (одежда, меховые изделия, обувь и др.) гарантийный срок исчисляется с момента наступления соответствующего сезона. Периоды продолжительности соответствующих сезонов устанавливаются субъектами Российской Федерации исходя из климатических условий.

В случаях, когда предусмотренный договором гарантийный срок составляет менее двух лет и недостатки товара обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет, потребитель вправе предъявить указанные выше требования продавцу или изготовителю, если докажет, что недостатки возникли до передачи ему товара или по причинам, возникшим до этого момента.

Если гарантийный срок или срок годности на товар не установлен, то связанные с недостатками товара требования могут быть предъявлены потребителем при условии, что они обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи товара потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором. Однако следует учесть, что продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) отвечает за недостатки товара, на который не установлен гарантийный срок, лишь в том случае, если потребитель докажет, что недостатки товара возникли

до того, как он был передан ему или по причинам, возникшим до этого момента.

В соответствии с установленными Законом правилами доставка крупногабаритного товара и товара, весящего более 5 кг, для ремонта, уценки, замены и их возврат потребителю осуществляются силами и за счет того, кому предъявлено соответствующее требование. Если же потребитель сам осуществляет доставку и возврат таких товаров, то продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) обязан возместить ему связанные с этим расходы.

**Сроки удовлетворения изготовителем или продавцом требований потребителя.** Если срок устранения недостатков товара не был определен в письменной форме соглашением сторон, то эти недостатки должны быть устранены изготовителем (продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) незамедлительно, т. е. в минимальный срок, объективно необходимый для их устранения с учетом обычно применяемого способа. При этом срок устранения недостатков товара, определяемый в письменной форме соглашением сторон, не может превышать 45 дней.

Если во время устранения недостатков товара станет очевидным, что они не будут устранены в определенный соглашением сторон срок, стороны могут заключить соглашение о новом сроке устранения недостатков товара. При этом отсутствие необходимых для устранения недостатков товара запасных частей (деталей, материалов), оборудования или подобные причины не являются основанием для заключения соглашения о таком новом сроке и не освобождают от ответственности за нарушение срока, определенного соглашением сторон первоначально.

В случае устранения недостатков товара гарантийный срок на него продлевается на период, в течение которого товар не использовался. Указанный период исчисляется со дня обращения потребителя с требованием об устранении недостатков товара до дня выдачи его по окончании ремонта. При выдаче товара изготовитель (продавец, уполномоченная ор-

ганизация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) обязан предоставить потребителю информацию в письменной форме о дате обращения потребителя с требованием об устранении обнаруженных им недостатков товара, о дате передачи товара потребителем для устранения недостатков товара, о дате устранения недостатков товара с их описанием, об использованных запасных частях (деталях, материалах) и о дате выдачи товара потребителю по окончании устранения недостатков товара.

При устранении недостатков товара посредством замены комплектующего изделия или составной части основного изделия, на которые установлены гарантийные сроки, на новое комплектующее изделие или составную часть основного изделия устанавливается гарантийный срок той же продолжительности, что и на замененные комплектующее изделие или составную часть основного изделия, если иное не предусмотрено договором, и гарантийный срок исчисляется со дня выдачи потребителю этого товара по окончании ремонта.

При ремонте товара длительного пользования изготовитель, продавец либо уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель обязаны по просьбе потребителя в трехдневный срок безвозмездно предоставить ему на период ремонта товар, обладающий этими же основными потребительскими свойствами, обеспечив доставку за свой счет. Это правило не распространяется на товары, перечень которых утверждается Правительством РФ.

Требование потребителя о замене товара ненадлежащего качества должно быть удовлетворено продавцом (изготовителем, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) в семидневный срок, а при необходимости дополнительной проверки качества товара — в течение 20 дней со дня предъявления указанного требования. При отсутствии необходимого товара замена должна быть произведена в течение месяца со дня предъявления потребителем указанного требования, а в районах Крайнего Севера и других районах сезонного завоза товаров — в срок, необходимый для очередной доставки соответствующего товара в эти районы.

Товар ненадлежащего качества должен быть заменен новым, т. е. не бывшим в употреблении. При замене товара гарантийный срок исчисляется заново со дня передачи товара потребителю.

Если для замены товара требуется более семи дней, то, как и в случае ремонта товара, потребитель вправе требовать безвозмездного предоставления ему на период замены аналогичного товара длительного пользования.

В течение 10 дней со дня предъявления подлежат удовлетворению продавцом (изготовителем, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) следующие требования потребителя:

- о соразмерном уменьшении покупной цены товара;
- возмещении расходов на исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом;
- возврате уплаченной за товар денежной суммы;
- возмещении убытков, причиненных потребителю вследствие продажи товара ненадлежащего качества либо предоставления ненадлежащей информации о товаре.

**Ответственность изготовителя или продавца за просрочку выполнения требований потребителя.** Законом РФ “О защите прав потребителей” установлено, что за просрочку выполнения требований об устранении недостатков товара, о замене товара ненадлежащего качества, о соразмерном уменьшении покупной цены, о возмещении расходов на исправление недостатков, о возврате уплаченной за товар денежной суммы, о возмещении убытков, причиненных потребителю вследствие продажи товара ненадлежащего качества, а также за невыполнение или задержку выполнения требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер), допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере 1% цены товара.

Цена товара определяется исходя из его цены, существовавшей в том месте, в котором должно было быть удовлетворено требование потребителя, в день добровольного удовлетво-

рения такого требования или в день вынесения судебного решения, если требование не было удовлетворено добровольно.

В случае невыполнения требований потребителя в сроки, предусмотренные Законом, он вправе по своему выбору предъявить иные установленные им требования.

Договор купли-продажи, предусматривающий обязанность потребителя предварительно оплатить товар, должен содержать условие о сроке передачи товара потребителю.

В случае, если продавец, получивший сумму предварительной оплаты в определенном договором купли-продажи размере, не исполнил обязанность по передаче товара потребителю в установленный таким договором срок, потребитель по своему выбору вправе потребовать:

- передачи оплаченного товара в установленный им новый срок;
- возврата суммы предварительной оплаты товара, не переданного продавцом.

При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие нарушения установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара. Указанные выше требования потребителя не подлежат удовлетворению, если продавец докажет, что нарушение сроков передачи потребителю предварительно оплаченного товара произошло вследствие непреодолимой силы или по вине потребителя.

В случае нарушения установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара потребителю продавец уплачивает ему за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере половины процента суммы предварительной оплаты товара.

Неустойка (пеня) взыскивается со дня, когда по договору купли-продажи передача товара потребителю должна была быть осуществлена, до дня передачи товара потребителю или до дня удовлетворения требования потребителя о возврате ему предварительно уплаченной им суммы.

Сумма взысканной потребителем неустойки (пени) не может превышать суммы предварительной оплаты товара.

**Порядок расчетов с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества.** Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества производятся в следующем порядке:

- при замене товара ненадлежащего качества товаром этой же марки (этих же модели и (или) артикула) перерасчет цены товара не производится;

- при замене товара таким же товаром другой марки (модели, артикула), если цена товара, подлежащего замене, ниже цены товара, предоставленного взамен, потребитель должен доплатить разницу в ценах; если же она выше цены предоставленного взамен товара, разница в ценах выплачивается потребителю. Цена товара, подлежащего замене, определяется на момент его замены, а если требование потребителя не удовлетворено продавцом, цена заменяемого товара и цена передаваемого взамен товара определяются на момент вынесения судом решения о замене товара;

- при предъявлении потребителем требования о соразмерном уменьшении покупной цены товара в расчет принимается цена товара на момент предъявления требования об уценке или, если оно добровольно не удовлетворено, на момент вынесения судом решения о соразмерном уменьшении покупной цены;

- при возврате товара ненадлежащего качества потребитель вправе требовать возмещения разницы между ценой товара, установленной договором, и ценой соответствующего товара на момент добровольного удовлетворения такого требования или, если оно добровольно не удовлетворено, на момент вынесения судом решения.

В случае возврата товара ненадлежащего качества, проданного в кредит, потребителю возвращается уплаченная за товар денежная сумма в размере погашенного ко дню возврата указанного товара кредита, а также возмещается плата за предоставление кредита.

Если возврату подлежит товар ненадлежащего качества, приобретенный потребителем за счет потребительского кредита (займа), продавец обязан вернуть потребителю уплаченную за него денежную сумму, а также возместить

уплаченные потребителем проценты и иные платежи по договору потребительского кредита (займа).

**Право потребителя на обмен товара надлежащего качества.** Закон РФ “О защите прав потребителей” предоставляет потребителям *право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества* на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если он не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации.

Такой обмен производится в течение 14, не считая дня покупки товара, если он не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный или кассовый чек либо иной подтверждающий оплату указанного товара документ<sup>1</sup>. Перечень товаров, не подлежащих обмену по указанным основаниям, утверждается Правительством РФ.

В случае если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы. Такое требование подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата указанного товара.

По соглашению потребителя с продавцом обмен товара может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу, о чем продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю.

**Особенности дистанционной продажи товаров.** Законом установлено, что договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, представленным на фотоснимках, по телевидению, по радио, через Интернет или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо его образцом при заключении такого договора. Это так называемый *дистанционный способ продажи товара*.

---

<sup>1</sup> Отсутствие у потребителя товарного или кассового чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания.



В таких случаях продавец до заключения договора обязан предоставить потребителю информацию об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

Потребителю в момент доставки товара должна быть в письменной форме предоставлена информация о товаре, а также информация о порядке и сроках возврата товара.

При дистанционном способе продажи товара потребитель вправе отказаться от него в любое время до его передачи, а после передачи товара — в течение семи дней. Однако потребитель не может отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

Если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара.

Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

При отказе потребителя от товара продавец должен вернуть ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования.

Последствия продажи товара ненадлежащего качества дистанционным способом установлены положениями рассматриваемого Закона и были описаны ранее.

Более подробно о дистанционном способе продажи товаров говорится в § 17.2.

### **§ 16.3. Организация государственного контроля торговли**

Функции по контролю и надзору в сфере обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, защиты прав потребителей и потребительского рынка в Российской Федерации осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).

В своей деятельности эта служба руководствуется Конституцией РФ, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента и Правительства РФ, международными договорами Российской Федерации, актами Министерства здравоохранения РФ, а также специальным Положением о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, утвержденным Правительством РФ.

Служба осуществляет свою деятельность непосредственно через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

Основными полномочиями Роспотребнадзора, имеющими прямое отношение к контролю торговли, являются:

- федеральный государственный санитарно-эпидемиологический надзор за соблюдением санитарного законодательства;
- федеральный государственный надзор за соблюдением законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей;

- федеральный государственный надзор за соблюдением правил продажи отдельных предусмотренных законодательством видов товаров;

- осуществление в установленном порядке проверки деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и граждан по выполнению требований санитарного законодательства, законодательства Российской Федерации в области защиты прав потребителей, а также технических регламентов;

- организация приема граждан, обеспечение своевременного и полного рассмотрения обращений граждан, принятие по ним решений и направление заявителям ответов в установленный законодательством Российской Федерации срок.

В целях реализации указанных полномочий Федеральная служба имеет право:

- организовывать проведение необходимых исследований, испытаний, экспертиз, анализов и оценок, в том числе научных исследований по вопросам осуществления надзора в установленной сфере деятельности;

- давать юридическим и физическим лицам разъяснения по вопросам, отнесенным к компетенции Службы;

- запрашивать и получать сведения, необходимые для принятия решений по отнесенным к компетенции Службы вопросам;

- привлекать в установленном порядке для проработки вопросов установленной сферы деятельности научные и иные организации, ученых и специалистов;

- пресекать факты нарушения законодательства Российской Федерации в установленной сфере деятельности, а также применять предусмотренные законодательством Российской Федерации меры ограничительного, предупредительного и профилактического характера, направленные на недопущение и (или) ликвидацию последствий нарушений юридическими лицами и гражданами обязательных требований в установленной сфере деятельности;

- осуществлять контроль над деятельностью территориальных органов Службы и подведомственных организаций;

- создавать совещательные и экспертные органы (советы, комиссии, группы, коллегии) в установленной сфере деятельности;

- разрабатывать и утверждать в установленном порядке образцы форменной одежды, знаков различия и отличия, удостоверений, порядок ношения форменной одежды.

Служба не вправе осуществлять в установленной сфере деятельности нормативно-правовое регулирование, кроме случаев, устанавливаемых указами Президента РФ и постановлениями Правительства РФ, а также оказание платных услуг.

Руководитель Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека является главным государственным врачом Российской Федерации. Он несет персональную ответственность за осуществление возложенных на Службу функций.

Порядок проведения мероприятий по контролю деятельности торговых организаций и предприятий регламентируется Федеральным законом “О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля”. Им установлены права юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля, меры по защите их прав и законных интересов, обязанности органов государственного контроля (надзора) и муниципального контроля и их должностных лиц при проведении мероприятий по контролю.

Основными принципами защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) или муниципального контроля являются:

- преимущественно уведомительный порядок начала осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности;

- презумпция добросовестности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей;

- открытость и доступность для юридических лиц, индивидуальных предпринимателей нормативных правовых ак-

тов Российской Федерации, муниципальных правовых актов, соблюдение которых проверяется при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля, а также информации об организации и осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля, о правах и об обязанностях органов государственного контроля (надзора), органов муниципального контроля, их должностных лиц, за исключением информации, свободное распространение которой запрещено или ограничено в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- проведение проверок в соответствии с полномочиями органа государственного контроля (надзора), органа муниципального контроля, их должностных лиц;

- недопустимость проводимых в отношении одного юридического лица или одного индивидуального предпринимателя несколькими органами государственного контроля (надзора), органами муниципального контроля проверок исполнения одних и тех же обязательных требований и требований, установленных муниципальными правовыми актами;

- недопустимость требования о получении юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями разрешений, заключений и иных документов, выдаваемых органами государственной власти, органами местного самоуправления, для начала осуществления предпринимательской деятельности, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами;

- ответственность органов государственного контроля (надзора), органов муниципального контроля, их должностных лиц за нарушение законодательства Российской Федерации при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля;

- недопустимость взимания органами государственного контроля (надзора), органами муниципального контроля с юридических лиц, индивидуальных предпринимателей платы за проведение мероприятий по контролю;

- финансирование за счет средств соответствующих бюджетов проводимых органами государственного контроля (над-

зора), органами муниципального контроля проверок, в том числе мероприятий по контролю;

- разграничение полномочий федеральных органов исполнительной власти в соответствующих сферах деятельности, уполномоченных на осуществление федерального государственного контроля (надзора), органов государственной власти субъектов Российской Федерации в соответствующих сферах деятельности, уполномоченных на осуществление регионального государственного контроля (надзора), на основании федеральных законов и законов субъектов Российской Федерации.

В Кодексе РФ об административных правонарушениях в гл. 14 “Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулируемых организаций” установлена ответственность за осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или специального разрешения (лицензии), за незаконную продажу товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена, за нарушение законодательства о рекламе и др.

Установлена также ответственность за иные нарушения в сфере торговли, в частности:

- продажу товаров, выполнение работ либо оказание населению услуг ненадлежащего качества или с нарушением установленных законодательством Российской Федерации требований;

- продажу товаров, выполнение работ либо оказание услуг при отсутствии установленной информации либо без применения в установленных федеральными законами случаях контрольно-кассовой техники;

- нарушение порядка ценообразования;

- обман потребителей (обмеривание, обвешивание, обсчет, введение в заблуждение относительно потребительских свойств, качества товара);

- нарушение иных прав потребителей (на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре, об изготовителе, о продавце и о режиме их работы; непредоставление потребителю льгот и преимуществ, установленных законом, и т. п.)

- нарушение правил продажи отдельных видов товаров.

## **Глава 17. ПРАВИЛА ПРОДАЖИ ТОВАРОВ И ОСОБЫХ ВИДОВ ТОРГОВЛИ**

---

### **§ 17.1. Правила продажи отдельных видов товаров**

Продажа товаров на предприятиях розничной торговли должна осуществляться в строгом соответствии с Правилами продажи отдельных видов товаров. Они утверждаются Правительством Российской Федерации и распространяются на предприятия, осуществляющие продажу товаров по договору розничной купли-продажи, независимо от их организационно-правовой формы.

Режим работы магазина или другого предприятия розничной торговли, находящегося в государственной или муниципальной собственности, устанавливается по решению соответствующих органов исполнительной власти или органов местного самоуправления. В остальных случаях режим работы предприятия устанавливают самостоятельно.

Ассортимент предлагаемых к продаже товаров, перечень оказываемых услуг, а также формы обслуживания определяются *продавцом* (магазином или другим предприятием розничной торговли) самостоятельно в соответствии с профилем и специализацией своей деятельности.

При осуществлении розничной торговли в месте нахождения покупателя вне стационарных мест торговли (на дому, по месту учебы и работы, на транспорте, на улице или в иных местах, где обслуживание осуществляется с помощью разносной торговли, не допускается продажа продовольственных товаров (за исключением мороженого, безалкогольных напитков и пива, кондитерских и хлебобулочных изделий в

упаковке изготовителя товара), лекарственных препаратов, изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, оружия и патронов к нему, экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных.

Продавец при осуществлении своей деятельности должен соблюдать обязательные требования к организации и осуществлению торговой деятельности, установленные нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Он обязан иметь и содержать в исправном состоянии средства измерения, своевременно и в установленном порядке проводить их метрологическую поверку. Для проверки покупателем правильности цены, меры и веса приобретенного товара в торговом зале на доступном месте должно быть установлено соответствующее измерительное оборудование.

Обязательным для продавца является наличие книги отзывов и предложений, которая предоставляется покупателю по его требованию.

До сведения покупателей должно быть доведено с помощью вывески фирменное наименование организации, место ее нахождения и режим работы. А если продавец является индивидуальным предпринимателем, то он должен предоставить также покупателю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Если деятельность продавца подлежит лицензированию, то он обязан предоставить информацию о номере и сроке действия лицензии, а также об органе, ее выдавшем.

В обязанность продавца входит доведение до сведения покупателей достоверной информации о товарах и их изготовителях, которая должна содержать:

- наименование товара;
- место нахождения (адрес), фирменное наименование (наименование) изготовителя (продавца), место нахождения (адрес) организации (организаций), уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от покупателей и производящей ремонт и техническое обслуживание товара, для импортного товара — наименование страны происхождения товара;



- сведения об обязательном подтверждении соответствия товаров в порядке, определенном законодательством Российской Федерации о техническом регулировании;

- сведения об основных потребительских свойствах товара;

- сведения об энергетической эффективности товаров, в отношении которых требование о наличии такой информации определено в соответствии с законодательством Российской Федерации об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности;

- правила и условия эффективного и безопасного использования товара;

- гарантийный срок, если он установлен для конкретного товара;

- срок службы (срок годности), если он установлен для конкретного товара, а также сведения о необходимых действиях покупателя по истечении указанного срока и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанного срока представляют опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становятся непригодными для использования по назначению;

- цену в рублях и условия приобретения товаров, в том числе при предоставлении кредита — размер кредита, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы.

Покупатель должен быть проинформирован, если приобретаемый им товар был в употреблении или в нем устранился недостаток.

Об имеющихся в товаре недостатках продавец должен предупредить покупателя не только в устной, но и в письменной форме (на ярлыке товара, товарном чеке или иным способом).

По требованию потребителя продавец обязан ознакомить его с товарно-сопроводительной документацией, содержащей по каждому наименованию товара сведения об обязательном подтверждении соответствия согласно законодательству Российской Федерации о техническом регулировании (сертификат соответствия, его номер, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или сведения о декларации о соот-

ветствии, в том числе ее регистрационный номер, срок ее действия, наименование лица, принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший). Эти документы должны быть заверены подписью и печатью поставщика или продавца с указанием его места нахождения (адреса) и телефона.

Продажа товаров, изготовленных из объектов животного мира (меховые и кожаные швейные, галантерейные, декоративные изделия, обувь, пищевые продукты), принадлежащих к видам, занесенным в Красную книгу Российской Федерации, осуществляется при наличии соответствующей документации на товары, подтверждающей, что эти объекты животного мира добыты в соответствии с законодательством Российской Федерации на основании разрешения (распорядительной лицензии), выдаваемого федеральным органом исполнительной власти в области охраны окружающей природной среды.

Продажа ввезенных в Российскую Федерацию товаров, изготовленных из объектов животного мира, подпадающих под действие Конвенции о международной торговле видами дикой фауны и флоры, находящимися под угрозой исчезновения, осуществляется на основании разрешения компетентного органа страны-экспортера, а товаров, конфискованных в результате нарушения указанной Конвенции, — на основании разрешения уполномоченного органа.

При продаже таких товаров продавец обязан предоставить покупателю по его просьбе сведения о документах, подтверждающих наличие соответствующего разрешения.

Продавец должен предоставить также другую информацию о товарах, предусмотренную федеральными законами, а также иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Информация о товаре, его изготовителе и продавце должна доводиться до сведения покупателя способами, установленными федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а если указанными актами они не определены, то способами, принятыми для отдельных видов товаров.

Объем обязательной информации о товаре, его изготовителе, передаваемой покупателю вместе с товаром (на товаре,

потребительской таре, упаковке, ярлыке, этикетке, в технической документации), должен соответствовать требованиям федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

Информация о продавце, товарах и их изготовителях доводится до сведения покупателей на русском языке, а дополнительно, по усмотрению продавца, на государственных языках субъектов Российской Федерации и языках народов Российской Федерации.

Магазин или другое предприятие розничной торговли должны предоставить потребителю информацию об оказываемых услугах, ценах на них и условиях их оказания, а также о применяемых формах обслуживания при продаже товаров (по предварительным заказам и т. д.).

Покупателю должна быть предоставлена возможность самостоятельно или с помощью продавца ознакомиться с необходимыми товарами. Он имеет право осмотреть предлагаемый товар, потребовать проведения в его присутствии проверки свойств или демонстрации его действия, если это не исключено ввиду характера товара и не противоречит правилам, принятым в розничной торговле. Продавец обязан проводить проверку качества и безопасности (осмотр, испытание, анализ, экспертизу) предлагаемого для продажи товара в случае, когда проведение проверок предусмотрено законодательством Российской Федерации или условиями договора.

Цена реализуемых на данном предприятии товаров, а также иные условия договора купли-продажи должны быть одинаковыми для всех покупателей, за исключением тех случаев, когда федеральными законами или иными нормативными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий покупателей.

Продавец обязан обеспечить наличие единообразных и четко оформленных ценников на реализуемые товары с указанием наименования товара, его сорта (при наличии), цены за вес или единицу товара, подписи материально ответственного лица или печати организации, даты оформления ценника.

При продаже товаров, осуществляемой посредством разносной торговли, представитель продавца обязан иметь

прейскурант, заверенный подписью лица, ответственного за его оформление, и печатью продавца, с указанием наименования и цены товаров, а также предоставляемых с согласия покупателя услуг.

Договор считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара, если иное не предусмотрено федеральным законом или договором между продавцом и покупателем.

Расчеты с покупателями за товары осуществляются с применением контрольно-кассовых машин, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации случаев.

Покупателю могут быть предложены услуги в связи с продажей товаров только с его согласия. Он вправе отказаться от услуг, предлагаемых при продаже товаров, а также потребовать возврата сумм, уплаченных за услуги, предоставленные без его согласия.

Продавец не вправе обуславливать продажу одних товаров обязательным приобретением других товаров или обязательным оказанием услуг в связи с их продажей, за исключением случаев, когда товары по техническим требованиям не могут быть собраны и (или) установлены (подключены) без участия соответствующих специалистов.

В случае доставки крупногабаритных товаров силами покупателя продавец обязан бесплатно обеспечить их погрузку на транспортное средство покупателя.

Продавец обязан передать покупателю товар надлежащего качества, в таре или упаковке за исключением товара, который по своему характеру не требует упаковки, в определенном наборе (комплект товаров) и комплектности, с относящимися к товару документами и принадлежностями.

Если на товар установлен срок годности, продавец обязан передать его покупателю с таким расчетом, чтобы он мог быть использован по назначению до истечения этого срока.

При продаже товара с условием о его принятии покупателем в определенный срок продавец не может продать товар другому покупателю в течение этого срока.

Покупатель вправе в течение 14 дней с момента передачи ему непродовольственного товара надлежащего качества, если более длительный срок не объявлен продавцом, обменять в месте покупки и иных местах, объявленных продавцом, купленный товар на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом.

Если у продавца отсутствует необходимый для обмена товар, покупатель имеет право возвратить приобретенный товар и получить уплаченную за него денежную сумму или обменять его на аналогичный товар при первом поступлении соответствующего товара в продажу. Эти требования подлежат удовлетворению при условии, что товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, ярлыки, а также имеются доказательства приобретения товара у данного продавца. Это правило не распространяется на товары, не подлежащие обмену и включенные в соответствующий перечень, утвержденный Правительством РФ.

Покупатель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе по своему выбору потребовать от продавца:

- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- соразмерного уменьшения покупной цены;
- незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товаров;
- возмещения расходов, понесенных покупателем или третьим лицом, на устранение недостатков товара.

Одновременно покупатель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

Покупатель вправе требовать замены технически сложного или дорогостоящего товара в случае существенного нарушения требований к его качеству (обнаружения неустранимых недостатков, недостатков, которые не могут быть устра-

нены без несоразмерных расходов или затрат времени, либо выявляются неоднократно, либо проявляются вновь после их устранения, и других подобных недостатков).

В отношении технически сложных товаров указанное требование покупателя подлежит удовлетворению согласно Перечню таких товаров, утверждаемому Правительством РФ.

В случае обнаружения недостатков товара, свойства которого не позволяют устранить их (продовольственные товары, парфюмерно-косметические изделия, товары бытовой химии и другие товары), покупатель вправе по своему выбору потребовать замены такого товара товаром надлежащего качества либо соразмерного уменьшения покупной цены.

Вместо предъявления указанных требований покупатель вправе отказаться от приобретенного товара и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы. При этом покупатель по требованию продавца и за его счет должен возвратить полученный товар ненадлежащего качества.

При возврате покупателю уплаченной за товар денежной суммы продавец не вправе удерживать из нее сумму, на которую понизилась стоимость товара из-за его полного или частичного использования, потери им товарного вида или других подобных обстоятельств.

В случае предъявления покупателем требования об устранении продавцом недостатков товара длительного пользования или замены такого товара покупатель вправе одновременно потребовать предоставление ему на период ремонта или замены товара ненадлежащего качества аналогичного товара надлежащего качества, за исключением товаров по Перечню, утверждаемому Правительством РФ, на которые это требование не распространяется.

Продавец или организация, выполняющая функции продавца на основании договора с ним, обязаны принять товар ненадлежащего качества у покупателя, а в случае необходимости провести проверку качества товара. Покупатель вправе участвовать в проверке качества товара.

При возникновении спора о причинах появления недостатков товара продавец или организация, выполняющая

функции продавца на основании договора с ним, обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Покупатель вправе оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Отсутствие у покупателя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющего факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований и не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания в подтверждение заключения договора и его условий.

Сроки удовлетворения продавцом требований покупателя, а также ответственность за нарушение этих сроков определяются в соответствии с Законом РФ “О защите прав потребителей”.

В Правилах продажи отдельных видов товаров изложены особенности продажи:

- продовольственных товаров;
- текстильных, трикотажных, швейных и меховых товаров и обуви;
- технически сложных товаров бытового назначения;
- парфюмерно-косметических товаров;
- автомобилей, мототехники, прицепов и номерных агрегатов;
- изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения;
- животных и растений;
- товаров бытовой химии;
- пестицидов и агрохимикатов;
- экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных;
- оружия и патронов к нему;
- строительных материалов и изделий;
- мебели;
- непериодических изданий;
- непродовольственных товаров, бывших в употреблении.

**Особенности продажи продовольственных товаров.** Кроме уже упоминавшейся информации о товаре, покупателю

должна быть предоставлена в зависимости от свойств продовольственных товаров информация, содержащая:

- наименование входящих в состав пищевых продуктов ингредиентов, включая пищевые добавки;
- сведения о пищевой ценности (калорийность продукта, содержание белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов), весе или объеме;
- назначение, условия и область применения (для продуктов детского, диетического питания и биологически активных добавок);
- способы и условия приготовления (для концентратов и полуфабрикатов) и применения (для продуктов детского и диетического питания);
- условия хранения (для товаров, для которых установлены обязательные требования к условиям хранения);
- дату изготовления и дату упаковки товара;
- противопоказания для употребления в пищу при отдельных видах заболеваний (для товаров, информация о которых должна содержать противопоказания для употребления в пищу при отдельных видах заболеваний);
- сведения о государственной регистрации (для пищевых продуктов, подлежащих государственной регистрации).

Перед поступлением в торговый зал или иное место продажи товары должны быть подготовлены к реализации (освобождены от тары, оберточных или увязочных материалов, металлических клипс; должны быть удалены загрязненные поверхности или части товара и т. д.). Необходимо произвести проверку качества товаров по внешним признакам, наличия на них необходимой документации и информации, осуществить отбраковку и сортировку товаров.

На расфасованных товарах следует указать их наименование, вес, цену за килограмм, стоимость отвеса, дату фасования, срок годности, номер или фамилию весовщика.

При продаже продовольственных товаров, расфасованных и упакованных изготовителем с указанием веса на упаковке, их дополнительное взвешивание не производится.

Не подлежат продаже нерасфасованные и неупакованные продовольственные товары, за исключением определен-



ных видов товаров, перечень которых утверждается в установленном федеральным законом порядке.

Развесные продовольственные товары передаются покупателю в упакованном виде без взимания за упаковку дополнительной платы. При этом упаковочные материалы должны соответствовать обязательным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации о техническом регулировании.

Цена продовольственных товаров, продаваемых вразвес, определяется по весу нетто.

По просьбе покупателя гастрономические товары могут быть проданы ему в нарезанном виде.

Хлеб и хлебобулочные изделия массой 0,4 кг и более (кроме изделий в упаковке изготовителя) могут разрезаться на 2 или 4 равные части и продаваться без взвешивания. В местах мелкорозничной торговли хлеб и хлебобулочные изделия разрешается продавать только в упакованном виде.

Пищевые продукты непромышленного изготовления, реализуемые на продовольственных рынках, подлежат продаже после проведения ветеринарно-санитарной экспертизы с выдачей в установленном порядке ветеринарного свидетельства (справки) установленного образца, которое должно быть предъявлено покупателю по его требованию.

В местах торговли продовольственными товарами могут продаваться сопутствующие непродовольственные товары и оказываться услуги общественного питания. Но это не должно приводить к ухудшению качества и безопасности продовольственных товаров и условий их продажи.

**Особенности продажи текстильных, трикотажных, швейных и меховых товаров и обуви.** До подачи в торговый зал эти товары должны пройти предпродажную подготовку (распаковку, рассортировку и осмотр, проверку качества, чистку, утюжку и т. д.). Товары должны быть сгруппированы по видам, моделям, размерам и ростам и выставлены в торговом зале.

Трикотажные, швейные, меховые товары и обувь для мужчин, женщин и детей должны размещаться в торговом зале отдельно.

Ткани группируются по видам и роду волокна, из которого они изготовлены, меховые товары — по видам меха. Каждый образец ткани должен сопровождаться информацией о процентном содержании волокон, из которых она изготовлена, а изделия из меха — информацией о виде меха.

На товарных ярлыках должны быть указаны: наименование товара, артикул, цена, размер (для одежды и т. д.) и рост (для одежды и белья).

Покупателю должны быть предоставлены условия для примерки швейных, верхних трикотажных изделий, головных уборов, меховых товаров и обуви.

Отмеривание шерстяных тканей, ватина и других тяжелых, объемных тканей при продаже должно производиться путем наложения жесткого стандартного метра на ткань, лежащую на прилавке или столе в свободном состоянии без складок. Тонкие и легкие ткани отмериваются жестким стандартным метром путем отбрасывания ткани на прилавок при свободном без натяжения приложении ткани к метру.

Для отмеривания всех видов тканей, кроме шерстяных тканей и трикотажных полотен, можно использовать вмонтированную в прилавок или стол клейменую металлическую мерную ленту.

Запрещается добавление к покупке отрезной ткани, а также продажа кусков ткани с фабричным ярлыком и клеймом (хазовых концов), если нарушена фабричная отделка и клеймо поставлено не с изнаночной стороны.

При отпуске товаров работник торгового предприятия должен в присутствии покупателя проверить качество товара (путем внешнего осмотра), а также точность меры (количества), правильность подсчета стоимости покупки. Отпускаются товары в упакованном виде без взимания за упаковку дополнительной платы.

В случае если кассовый чек на товар не содержит наименование товара, артикул, сорт (при наличии), вместе с товаром покупателю передается товарный чек, в котором указываются эти сведения, наименование продавца, дата продажи и цена товара, и лицом, непосредственно осуществляющим продажу товара, проставляется подпись.

**Особенности продажи технически сложных товаров бытового назначения.** До подачи в торговый зал или к месту выдачи покупки товары должны пройти предпродажную подготовку. Образцы продаваемых товаров должны быть размещены в торговом зале и иметь ярлыки с указанием наименования, марки, модели, артикула, цены товара. Необходимо также наличие кратких аннотаций, содержащих основные технические характеристики товара.

По требованию покупателя он должен быть ознакомлен с устройством и действием товаров, которые должны демонстрироваться в собранном, технически исправном состоянии. В его присутствии должно быть также проверено качество приобретаемого товара, его комплектность, наличие относящихся к нему документов, правильность цены.

Вместе с приобретенным товаром покупателю также выдается товарный чек, содержащий все необходимые сведения (при отсутствии таких сведений в кассовом чеке).

Продавец или организация, выполняющая функции продавца по договору с ним, обязаны осуществить сборку и (или) установку (подключение) на дому у покупателя технически сложного товара, самостоятельная сборка или подключение которого покупателем в соответствии с обязательными требованиями или технической документацией, прилагаемой к товару (технический паспорт, инструкция по эксплуатации), не допускается.

**Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.** Помимо обычных сведений о товарах информация о парфюмерно-косметических товарах должна содержать с учетом особенностей конкретного товара сведения о его назначении, входящих в состав изделия ингредиентах, действии и оказываемом эффекте, ограничениях (противопоказаниях) для применения, способах и условиях применения, массе нетто или объеме и (или) количестве единиц изделия в потребительской упаковке, условиях хранения (для товаров, в отношении которых установлены обязательные требования к условиям хранения), а также сведения о государственной регистрации (если товары подлежат государственной регистрации).

Парфюмерно-косметические товары перед подачей в торговый зал распаковываются и осматриваются, проверяется их качество и наличие необходимой информации.

Покупателю должна быть предоставлена возможность ознакомиться с запахом духов, одеколонов, туалетной воды с использованием для этого лакмусовых бумажек, образцов-понюшек, предоставляемых изготовителями товаров, а также другими свойствами и характеристиками предлагаемых к продаже товаров.

При передаче товаров в упаковке с целлофановой оберткой или фирменной лентой покупателю должно быть предложено проверить содержимое упаковки путем снятия целлофана или фирменной ленты. Необходимо также произвести проверку на функционирование аэрозольной упаковки товара в присутствии покупателя.

**Особенности продажи автомобилей, мототехники, прицепов и номерных агрегатов.** Товары должны пройти предпродажную подготовку, виды и объемы которой определяются изготовителями продукции, о чем в сервисной книжке или заменяющем ее документе продавец должен сделать соответствующую отметку.

Покупателю должен быть обеспечен свободный доступ к предлагаемому к продаже товару.

При передаче товара покупателю одновременно передаются соответствующие принадлежности и документы, в том числе сервисная книжка или иной заменяющий ее документ, а также документ, удостоверяющий право собственности на транспортное средство или номерной агрегат, для их государственной регистрации.

В случае утраты покупателем документа, удостоверяющего право собственности на транспортное средство или номерной агрегат, продавец обязан по заявлению владельца и предъявлении им паспорта или другого документа, его заменяющего, выдать новый документ с пометкой “дубликат” с указанием серии, номера и даты ранее выданного документа.

При передаче приобретенного товара в присутствии покупателя должно быть проверено качество выполненных

работ по его предпродажной подготовке, а также комплектность товара.

В товарном чеке, передаваемом вместе с товаром, указываются наименование продавца и товара, его марка, номера его агрегатов, дата продажи и цена товара. Чек подписывается лицом, непосредственно осуществляющим продажу.

**Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней.** Продаже подлежат ювелирные украшения, предметы сервировки стола, украшения помещения и другие изделия из драгоценных металлов (золото, серебро, платина, палладий и их сплавы), изделия с драгоценными камнями (бриллианты, сапфиры, рубины, изумруды, александриты и жемчуг), из драгоценных металлов со вставками из полудрагоценных, поделочных и синтетических камней только при наличии на этих изделиях установленных в Российской Федерации оттисков государственных пробирных клейм. Это требование распространяется как на изделия, произведенные в России, так и на изделия, ввезенные на ее территорию. Кроме того, изделия российского производства должны иметь оттиски именников изготовителей.

Ограненные природные драгоценные камни (алмазы, рубины, изумруды, сапфиры и александриты) могут продаваться только при наличии на каждый камень или набор продаваемых камней сертификата.

До сведения покупателей должны быть доведены извлечения из стандартов о порядке клеймения изделий и сертификации ограненных природных драгоценных камней, изображения государственных пробирных клейм Российской Федерации.

Перед подачей в торговый зал изделия должны пройти предпродажную подготовку: осмотр и разбраковку; проверку наличия оттисков государственного пробирного клейма и именника изготовителя (для изделий российского производства) или сертификатов, а также сохранности пломб и ярлыков.

Изделия сортируются по размерам, группируются по назначению и снабжаются опломбированными ярлыками с указанием наименования изделия и его изготовителя, вида дра-

гоценного металла, артикула, пробы, массы, вида и характеристики вставок из драгоценных камней, цены изделия. Они должны иметь индивидуальную упаковку.

Покупатель имеет право потребовать произвести в его присутствии взвешивание приобретенного изделия без ярлыка массой до 1 кг на весах, имеющих погрешность определения массы не более 0,01 г, и массой от 1 до 10 кг — на весах, имеющих погрешность определения массы не более 0,1 г.

Если для проверки правильности маркировки изделия, в том числе веса, требуется снятие ярлыка, составляется акт с последующим указанием номера акта на ярлыке — дубликаты магазина. Ярлык изготовителя сохраняется и навешивается на изделие вместе с дубликатом.

В случае если кассовый чек на товар не содержит наименование товара, пробу, вид и характеристику драгоценного камня, артикул, вместе с товаром покупателю передается товарный чек, в котором указываются эти сведения, наименование продавца, дата продажи и цена товара, и лицом, непосредственно осуществляющим продажу товара, проставляется подпись.

***Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.*** Продажа лекарственных препаратов (дозированных лекарственных средств, готовых к применению и предназначенных для профилактики, диагностики и лечения заболеваний человека и животных, предотвращения беременности, повышения продуктивности животных) осуществляется в соответствии с Федеральным законом “Об обращении лекарственных средств” и с учетом особенностей, определенных рассматриваемыми Правилами.

Информация о лекарственных препаратах помимо общих сведений, предусмотренных Правилами, а также Федеральным законом “Об обращении лекарственных средств”, должна содержать сведения о государственной регистрации лекарственного препарата с указанием номера и даты его государственной регистрации (за исключением лекарственных препаратов, изготовленных продавцом (аптечным учреждением) по рецептам врачей).

Информация об изделиях медицинского назначения (изделиях медицинской техники, включая инструменты, оборудо-

дование, медицинские приборы и аппараты и т. п.; оправах для корректирующих очков и линзах для коррекции зрения; изделиях протезно-ортопедических и запасных частях к ним; наборах реагентов и средств для диагностики; домашних (автомобильных) аптечных комплектах (наборах) и прочих медицинских материалах и средствах) помимо общих сведений должна содержать сведения о номере и дате разрешения на применение таких изделий в медицинских целях, выданного Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения в установленном порядке, а также, с учетом особенностей конкретного вида товара, сведения о его назначении, способе и условиях применения, действии и оказываемом эффекте, ограничениях (противопоказаниях) для применения.

Продавец должен предоставить покупателю информацию о правилах отпуска лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.

Он обязан обеспечить продажу лекарственных препаратов минимального ассортимента, необходимых для оказания медицинской помощи, перечень которых устанавливается Министерством здравоохранения РФ.

Лекарственные препараты и изделия медицинского назначения до подачи в торговый зал должны пройти предпродажную подготовку, которая включает распаковку, рассортировку и осмотр товара; проверку качества товара (по внешним признакам) и наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе (поставщике).

Предпродажная подготовка изделий медицинской техники включает при необходимости также удаление заводской смазки, проверку комплектности, сборку и наладку.

Продажа лекарственных препаратов производится на основании предъявляемых покупателями рецептов врачей, оформленных в установленном порядке, а также без рецептов в соответствии с инструкцией по применению лекарственных препаратов.

**Особенности продажи животных и растений.** Информация о животных и растениях, предлагаемых к продаже, помимо общих сведений должна содержать их видовое название, сведения об особенностях содержания и разведения.

Продавец также должен предоставить информацию:

- о номере и дате разрешения (лицензии) на добывание определенных видов диких животных, выданного в установленном законодательством Российской Федерации порядке;
- номере и дате разрешения на ввоз на территорию Российской Федерации определенных видов диких животных и дикорастущих растений, выданного компетентным органом страны-экспортера или иным уполномоченным на выдачу такого разрешения органом (в отношении ввезенных в Российскую Федерацию диких животных и дикорастущих растений, подпадающих под действие Конвенции о международной торговле видами дикой фауны и флоры, находящимися под угрозой исчезновения, или конфискованных в результате нарушения указанной Конвенции);
- номере и дате свидетельства о внесении зоологической коллекции, частью которой является предлагаемое к продаже дикое животное, в реестр зоологических коллекций, поставленных на государственный учет, выданного в установленном законодательством Российской Федерации порядке (в отношении диких животных, разведенных в неволе и являющихся частью зоологической коллекции).

Животные, предназначенные для продажи, должны содержаться в соответствии с общепринятыми нормами гуманного обращения с животными в условиях, отвечающих санитарно-ветеринарным и зоогигиеническим требованиям к содержанию животных.

В случае если кассовый чек на товар не содержит видового названия и количества животных или растений, вместе с товаром покупателю передается товарный чек, в котором указываются эти сведения, наименование продавца, дата продажи и цена, и лицом, непосредственно осуществляющим продажу товара, проставляется подпись.

Покупателю также передаются сведения о номере и дате одного из документов (разрешения, лицензии или свидетельства), указанных выше (при продаже дикого животного или дикорастущего растения), и оформленное в установленном порядке ветеринарное свидетельство (справка), удостоверяющее, что животное здорово.



**Особенности продажи товаров бытовой химии.** Информация о товарах бытовой химии (моющих, чистящих и других средствах по уходу за помещениями, мебелью, посудой, бытовым оборудованием и предметами домашнего обихода, бельем, одеждой, обувью, автомобилями; клеях, лаках, красках и другой лакокрасочной продукции; дезинфицирующих средствах и средствах для борьбы с бытовыми насекомыми и грызунами, предназначенных для использования в бытовых условиях; химических веществах, их соединениях и изделиях из них, предназначенных для ремонтных и отделочных работ в бытовых условиях, и прочих аналогичных товарах) помимо других обязательных сведений должна содержать:

- наименование входящих в состав товаров бытовой химии ингредиентов;
- дату и номер технического свидетельства (для товаров, в отношении которых установлены обязательные требования по подтверждению их пригодности для применения в строительстве);
- условия хранения (для товаров, в отношении которых установлены обязательные требования к условиям хранения).

Товары бытовой химии до размещения их в месте продажи должны пройти предпродажную подготовку, которая включает освобождение от транспортной тары, сортировку товара, проверку целостности упаковки (в том числе функционирования аэрозольной упаковки) и качества товара (по внешним признакам), наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе, инструкций по применению товаров, правильности цен.

Предлагаемые для продажи товары бытовой химии должны быть сгруппированы по видам в зависимости от назначения изделий, с тем чтобы обеспечить удобство их выбора.

При передаче покупателю товаров бытовой химии в аэрозольной упаковке проверка функционирования упаковки в торговом помещении не производится.

**Особенности продажи пестицидов и агрохимикатов.** Продажа пестицидов (химических или биологических препаратов, используемых в личных подсобных хозяйствах для борьбы с вредителями и болезнями растений, сорными растениями,

вредителями хранящейся сельскохозяйственной продукции, бытовыми вредителями и внешними паразитами животных, а также для регулирования роста растений, предуборочного удаления листьев, предуборочного просушивания растений) и агрохимикатов (удобрений, в том числе почвенных грунтов, химических мелиорантов и кормовых добавок, используемых в личных подсобных хозяйствах) осуществляется в соответствии с Федеральным законом “О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами” и с учетом особенностей, определенных Правилами продажи отдельных видов товаров.

Информация о пестицидах и агрохимикатах помимо общих сведений должна содержать сведения о номере государственной регистрации пестицида или агрохимиката, классе его опасности, концентрации действующего вещества, массе нетто или объеме, дате изготовления, первой помощи при отравлении.

По требованию покупателя продавец обязан ознакомить его с копией свидетельства о государственной регистрации пестицида или агрохимиката.

Пестициды и агрохимикаты до подачи в торговый зал должны пройти предпродажную подготовку, которая включает распаковку и проверку качества упаковки; сортировку; проверку наличия необходимой информации, инструкций по применению, правильности цен.

В торговом зале пестициды и агрохимикаты должны быть сгруппированы по назначению (инсектициды для защиты растений, инсектициды для защиты животных, фунгициды, гербициды, родентициды, удобрения минеральные, удобрения органические, почвенные грунты, мелиоранты, кормовые добавки).

Продавец обязан обеспечить соблюдение обязательных требований безопасности при хранении, размещении в торговом зале и продаже пестицидов и агрохимикатов.

Продажа пестицидов и агрохимикатов осуществляется только в упаковке изготовителя.

***Особенности продажи экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных.*** Не допускается продажа

экземпляров аудиовизуальных произведений, фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных при осуществлении розничной торговли с использованием лотков и палаток.

При продаже экземпляров аудиовизуальных произведений, фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных продавец обязан предоставить покупателю помимо общих сведений следующую информацию о предлагаемом к продаже товаре, наличие которой на каждом экземпляре или его упаковке является обязательным:

- наименование, место нахождения изготовителя экземпляра аудиовизуального произведения, фонограммы, программы для электронных вычислительных машин и базы данных, а также номер лицензии на осуществление деятельности по изготовлению экземпляров аудиовизуальных произведений, программ для электронных вычислительных машин, баз данных и фонограмм на любых видах носителей (за исключением случаев, если указанная деятельность самостоятельно осуществляется лицами, обладающими правами на использование указанных объектов авторских и смежных прав в силу федерального закона или договора);

- технические характеристики носителя, а также записи аудиовизуального произведения, фонограммы, программы для электронных вычислительных машин и базы данных;

- сведения об обладателе авторского права и (или) смежных прав на аудиовизуальное произведение, фонограмму, программу для электронных вычислительных машин и базу данных;

- номер регистрации программы для электронных вычислительных машин или базы данных, если они были зарегистрированы.

В отношении экземпляров фильмов продавец обязан предоставить покупателю также следующую информацию:

- номер и дата выданного в установленном законодательством Российской Федерации порядке прокатного удостоверения;

- наименования фильма, страны и студии, на которой снят фильм, год его выпуска;

- основные фильмографические данные (жанр, аннотация, сведения об авторе сценария, режиссере, композиторе, исполнителях главных ролей и др.);

- продолжительность фильма (в минутах);

- рекомендации по возрастному ограничению зрительской аудитории в соответствии с прокатным удостоверением (при их наличии).

Экземпляры аудиовизуальных произведений, фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных до подачи в торговый зал (размещения в месте продажи) должны пройти предпродажную подготовку, включая осмотр и проверку целостности упаковки каждой единицы товара, а также наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе, отсутствие которой препятствует продавцу в полном объеме выполнять указанные выше требования.

При передаче оплаченного товара покупателю продавец проверяет целостность его упаковки, а по требованию покупателя предоставляет ему возможность ознакомиться с фрагментами аудиовизуального произведения, фонограммы, программы для электронных вычислительных машин и базы данных. Торговые залы должны быть технически оснащены, для того чтобы предоставить покупателю возможность проверить качество приобретаемых экземпляров аудиовизуальных произведений, фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных.

Продажа экземпляров аудиовизуальных произведений, фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных осуществляется только в упаковке изготовителя.

**Особенности продажи оружия и патронов к нему.** Продажа гражданского оружия, предназначенного для использования гражданами в целях самообороны, для занятий спортом и охоты, основных частей (ствол, затвор, барабан, рамка, ствольная коробка) гражданского и служебного (если их покупателями являются граждане, награжденные служебным оружием) огнестрельного оружия, а также патронов к гражданскому оружию осуществляется в соответствии с Федеральным законом “Об оружии”, Правилами оборота

гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории Российской Федерации, а также особенностями, определенными Правилами продажи отдельных видов товаров.

Каждая единица предлагаемого для продажи оружия (за исключением механических распылителей, аэрозольных и других устройств, снаряженных слезоточивыми или раздражающими веществами) должна иметь индивидуальный номер, оружия, изготовленного с 1 января 1994 г., кроме того, клеймо, а каждая первичная упаковка патронов — знак соответствия согласно законодательству Российской Федерации о техническом регулировании.

В информации об оружии помимо общих сведений с учетом особенностей конкретного оружия должны быть указаны сведения о содержании драгоценных металлов и драгоценных камней в художественно оформленных моделях оружия; определен порядок возврата продавцу для уничтожения технически неисправных механических распылителей, аэрозольных и других устройств, патронов, снаряженных слезоточивыми или раздражающими веществами, или указанных товаров, срок годности или хранения которых истек.

Предпродажная подготовка оружия и патронов может включать распаковку, расконсервацию, чистку и смазку оружия; вскрытие герметичных упаковок патронов; внешний осмотр оружия и патронов, проверку наличия на оружии клейма изготовителя и индивидуального номера и их соответствия установленным образцам и паспортным данным; проверку наличия сведений о проведении в установленном порядке контрольного отстрела огнестрельного оружия с нарезным стволом, о виде, пробе и массе драгоценных металлов, виде, количестве и характеристике вставок из драгоценных камней, используемых в художественно оформленном оружии; проверку комплектности, технического состояния оружия, наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе, правильности цены; при необходимости сборку и регулировку оружия.

Предлагаемые для продажи оружие и патроны должны быть размещены в торговом зале, иметь ярлыки с указанием

наименования, марки, модели, цены товара, а также краткие аннотации, содержащие его основные технические характеристики.

По требованию покупателя он должен быть ознакомлен с устройством механизма оружия, которое должно демонстрироваться в собранном и технически исправном состоянии.

Продажа оружия и патронов осуществляется при представлении покупателем следующих документов:

- паспорт или иной документ, удостоверяющий личность покупателя;
- лицензия на приобретение определенного вида и типа оружия;
- лицензия либо разрешение на хранение, хранение и ношение оружия (для приобретения основных и запасных частей и патронов к оружию, принадлежащему покупателю);
- документ, удостоверяющий право покупателя на охоту, и разрешение на хранение и ношение оружия, используемого в целях охоты (для приобретения охотничьего холодного оружия).

Вместе с товаром покупателю передаются товарный чек, подписанный лицом, непосредственно осуществляющим продажу, в котором указываются наименование товара и продавца, марка, тип, индивидуальный номер оружия, дата продажи и цена товара, сведения о драгоценных металлах и драгоценных камнях, используемых в художественно оформленном оружии, сведения о произведенных контрольных отстрелах огнестрельного оружия с нарезным стволом (при отсутствии таких сведений в паспорте на оружие); установленные изготовителем комплект принадлежностей и документы, а также заполненные продавцом лицензия (разрешение) покупателя на приобретение (ношение, ношение и хранение) оружия или документ, удостоверяющий право покупателя на охоту.

При получении товара покупатель проверяет правильность заполнения продавцом лицензии (разрешения) покупателя на приобретение (ношение, ношение и хранение) оружия или документа, удостоверяющего право покупателя на охоту (в отношении охотничьего холодного клинкового оружия), расписывается в лицензии, а также в книге учета продавца.

Покупатель при замене оружия, патронов ненадлежащего качества либо в случае их возврата при расторжении договора обязан представить продавцу документ, удостоверяющий его личность, а также лицензию (разрешение) на приобретение (ношение, ношение и хранение) оружия, владельцем которого он является, либо документ, удостоверяющий его право на охоту.

Замена оружия, патронов ненадлежащего качества производится на модели, соответствующие виду и типу, указанным в лицензии (разрешении) покупателя на приобретение (ношение, ношение и хранение) оружия, владельцем которого он является, либо в документе, удостоверяющем его право на охоту.

Замена оружия, патронов ненадлежащего качества или их возврат при расторжении договора оформляются актом в установленном порядке.

**Особенности продажи строительных материалов и изделий.** Лесо- и пиломатериалы (лесоматериалы круглые, брус, доски, горбыль деловой и др.), изделия из древесины и древесных материалов (детали деревянные, блоки дверные и оконные, комплекты для постройки садовых домиков, хозяйственных построек и др.), строительные материалы (кирпич, цемент, щебень, песок, блоки фундаментные и тротуарные, столбы железобетонные, кровельные, гидро- и теплоизоляционные материалы, стекло и др.), металлопродукция (трубы, крепежные изделия, прокатные профильные материалы, проволока, сетка металлическая и др.), инструменты (ручные инструменты для обработки металла, дерева, инструменты измерительные, для малярных работ и др.), строительные изделия (санитарно-техническое оборудование, замочно-скобяные изделия, обои, линолеум, искусственные отделочные материалы и др.) должны пройти предпродажную подготовку, которая включает в себя осмотр товара, его разбраковку и рассортировку, проверку комплектности, наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе.

Строительные материалы и изделия размещаются раздельно по размерам, маркам, сортам и другим характеристикам, определяющим их область применения и потребительские свойства.

Отбор покупателем строительных материалов и изделий может производиться как в торговом зале, так и непосредственно в местах их складирования.

Информация о предлагаемых к продаже строительных материалах и изделиях помимо общих сведений должна содержать с учетом особенностей конкретного товара сведения о материале, отделке, марке, типе, размере, сорте и других основных показателях, характеризующих данный товар.

При продаже строительных материалов в определенной комплектности (садовые домики, хозяйственные постройки и др.) потребителю должна быть предоставлена информация, содержащая сведения о наименовании и количестве изделий, входящих в комплект, степени и способах их обработки (наличие и способ пропитки, влажность и способ сушки и др.).

Листовое стекло продается целыми листами или нарезается по размерам, указанным покупателем.

Остатки стекла шириной до 20 см включительно оплачиваются покупателем и выдаются ему вместе с основной покупкой.

Нефасованные крепежные изделия, реализуемые по весу, продаются на специально оборудованном месте отпуска товара, оснащенном весоизмерительными приборами.

Продавец обязан обеспечить покупателю возможность проверить правильность веса, меры и сортность приобретенного товара. В этих целях на доступном для покупателя месте размещается информация с указанием коэффициентов перевода круглых лесо- и пиломатериалов в плотную кубомассу, кубатуры пиломатериалов, правил их измерения.

По требованию покупателя продавец обязан ознакомить его с порядком измерения строительных материалов и изделий, установленным стандартами.

Вместе с товаром покупателю передается относящаяся к товару документация изготовителя. Если кассовый чек не содержит наименование товара, основные показатели, характеризующие данный товар, и количество товара, покупателю также передается товарный чек, в котором указываются эти сведения, наименование продавца, дата продажи и цена товара, и лицом, непосредственно осуществляющим продажу товара, проставляется подпись.



При передаче строительных материалов и изделий в определенной комплектности лицо, осуществляющее передачу, проверяет в присутствии покупателя наличие изделий, входящих в комплект, а также наличие прилагаемой к данному товару документации, в том числе описи входящих в комплект строительных материалов и изделий, инструкции по сборке.

Продавец должен обеспечить условия для вывоза лесных и строительных материалов транспортом покупателя.

**Особенности продажи мебели.** Информация о мебели помимо общих сведений должна содержать сведения:

- о функциональном назначении;
- материалах, из которых изготовлена мебель и которые использованы при ее отделке;
- способах, сроках, условиях доставки и передачи товара покупателю.

Образцы мебели, предлагаемые к продаже, должны быть выставлены в торговом зале таким образом, чтобы обеспечить свободный доступ к ним покупателей для осмотра.

Продавец обязан осуществлять предпродажную подготовку мебели, включающую в себя проверку комплектности, наличия необходимых для сборки деталей, схем сборки мебели (если мебель является разборной), а также проверку наличия всех предметов, входящих в набор (гарнитур) мебели.

При продаже мебели покупателю передается товарный чек, в котором указываются наименование товара и продавца, артикул, количество предметов, входящих в набор (гарнитур) мебели, количество необходимой фурнитуры, цена каждого предмета, общая стоимость набора мебели, вид обивочного материала.

Сборка и доставка мебели осуществляются за отдельную плату, если иное не установлено договором.

**Особенности продажи непериодических изданий.** Информация о предлагаемых к продаже непериодических изданиях (книгах, брошюрах, альбомах, картографических и нотных изданиях, листовых изоизданиях, календарях, буклетах, изданиях, воспроизведенных на технических носителях информации) кроме общих сведений должна содержать:

- выходные сведения в соответствии с требованиями стандартов;

- сведения о порядке осуществления предварительного заказа на приобретение неперIODических изданий, если такая форма торговли применяется продавцом.

По требованию покупателя продавец предоставляет имеющуюся в его распоряжении справочно-библиографическую информацию о выпущенных неперIODических изданиях.

НеперIODические издания до размещения в местах продажи должны пройти предпродажную подготовку, которая включает в себя осмотр товара с целью проверки по внешним признакам отсутствия дефектов (полиграфического брака, повреждений) и наличия необходимой информации об издании, а также комплектацию полагающимися приложениями и суперобложкой. У изданий, воспроизведенных на технических носителях информации, дополнительно проверяется целостность упаковки каждой единицы товара и наличие фирменного знака издателя (изготовителя).

НеперIODические издания, имеющиеся в продаже, выставляются в торговом зале или вносятся в каталоги изданий, имеющихсЯ в наличии.

Вместо ценников допускается обозначение цены на каждом выставленном для продажи экземпляре издания.

Покупателю должна быть предоставлена возможность беспрепятственного ознакомления с содержанием предлагаемых к продаже неперIODических изданий и проверки качества оплаченных товаров. Для этой цели при продаже изданий, воспроизведенных на технических носителях информации, продавец обязан иметь соответствующую аудио-, видео- или компьютерную аппаратуру.

Продажа по подписке многотомного неперIODического издания, выходящего в свет отдельными томами, осуществляется на основании письменного договора, который должен включать в себя фирменное наименование (наименование), место нахождения (юридический адрес) продавца, фамилию, имя, отчество и место жительства покупателя, наименование многотомного издания, количество томов, входящих в издание, цену издания, конечный срок передачи издания в

целом, порядок оплаты, порядок уведомления покупателя о поступивших в продажу томах, срок получения очередного тома после уведомления. В договор может быть включено условие о задатке.

**Особенности продажи непродовольственных товаров, бывших в употреблении.** Информация о бывших в употреблении товарах помимо общих сведений должна содержать сведения о состоянии товара, имеющихся в нем недостатках, проведенных в отношении товара санитарно-противоэпидемических мероприятиях, технических характеристиках (для технически сложных товаров), назначении товара и возможности использования его по назначению или для иных целей.

Сведения, характеризующие состояние бывшего в употреблении товара, в том числе его недостатки, указываются на товарном ярлыке.

В случае если к продаже предлагается бывший в употреблении товар, в отношении которого должна быть предоставлена информация о подтверждении его соответствия установленным требованиям, сроке годности или сроке службы, однако такая информация отсутствует, продавец при продаже указанного товара обязан информировать покупателя о том, что соответствие товара установленным требованиям должно быть подтверждено, на него должен быть установлен срок годности или срок службы, но сведения об этом отсутствуют.

Не подлежат продаже бывшие в употреблении изделия медицинского назначения, лекарственные средства, предметы личной гигиены, парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии, бельевые изделия швейные и трикотажные, чулочно-носочные изделия, посуда разового использования.

Бывшие в употреблении товары должны пройти предпродажную подготовку, которая включает в себя осмотр товаров, рассортировку их по видам и степени утраты потребительских свойств, проверку качества (по внешним признакам), работоспособности товара, комплектности, а также наличия необходимой документации.

В случае если к продаже предлагаются бывшие в употреблении товары, в отношении которых в соответствии с санитарными правилами должны быть проведены санитарно-

противоэпидемические мероприятия (чистка, стирка, дезинфекция, дезинсекция), однако документы, подтверждающие их проведение, отсутствуют, продавец обязан провести указанные мероприятия в процессе предпродажной подготовки товаров.

Предлагаемые для продажи бывшие в употреблении товары должны быть сгруппированы по видам.

При передаче технически сложных бытовых товаров, бывших в употреблении, покупателю одновременно передаются (при наличии у продавца) соответствующие технические документы (технический паспорт или иной, заменяющий его документ, инструкция по эксплуатации), а также гарантийный талон на товар, подтверждающий право покупателя на использование оставшегося гарантийного срока.

**Особенности продажи алкогольной продукции.** Порядок розничной продажи алкогольной продукции установлен Федеральным законом “О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции”. В соответствии с ним розничная продажа такой продукции (за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи) осуществляется только организациями при наличии соответствующих лицензий. Пиво и пивные напитки, сидр, пуаре, медовуха могут продаваться в розницу как организациями, так и индивидуальными предпринимателями.

Организации, осуществляющие розничную продажу алкогольной продукции (за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи) в городских поселениях, должны иметь для таких целей в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении или в аренде, срок которой определен договором и составляет один год и более, стационарные торговые объекты и складские помещения общей площадью не менее 50 м<sup>2</sup>, а также контрольно-кассовую технику. В сельских поселениях общая площадь таких розничных торговых предприятий должна быть не менее 25 м<sup>2</sup>.

Розничная продажа пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, организациями и индивидуальными предпринимателями может осуществляться только при наличии у них

для этих целей стационарных торговых объектов и складских помещений, находящихся в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении или в аренде, а также контрольно-кассовой техники, если иное не установлено Федеральным законом “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт”.

Не допускается розничная продажа алкогольной продукции:

- в детских, образовательных, медицинских организациях, на объектах спорта, на прилегающих к ним территориях;
- в организациях культуры, за исключением розничной продажи алкогольной продукции, осуществляемой организациями, и розничной продажи пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, осуществляемой индивидуальными предпринимателями, при оказании ими услуг общественного питания;
- на всех видах общественного транспорта городского и пригородного сообщения, на остановочных пунктах его движения (в том числе на станциях метрополитена), на автозаправочных станциях;
- на оптовых и розничных рынках, на вокзалах, в аэропортах, в иных местах массового скопления граждан и местах нахождения источников повышенной опасности. Указанные ограничения действуют также на прилегающих к таким местам территориях;
- на объектах военного назначения и на прилегающих к ним территориях;
- в нестационарных торговых объектах;
- несовершеннолетним;
- без установленных Законом сопроводительных документов, сертификатов соответствия или деклараций о соответствии, а также без маркировки.

Не допускается розничная продажа алкогольной продукции с 23 до 8 часов по местному времени, за исключением розничной продажи алкогольной продукции, осуществляемой организациями, и розничной продажи пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, осуществляемой индивидуальными предпринимателями, при оказании ими услуг общественного

питания, а также розничной продажи алкогольной продукции, осуществляемой магазинами беспошлинной торговли.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации вправе устанавливать дополнительные ограничения времени, условий и мест розничной продажи алкогольной продукции, в том числе полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции.

**Особенности продажи табачной продукции и табачных изделий.** Ограничения торговли табачной продукцией и табачными изделиями установлены Федеральным законом “Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака”.

Розничная торговля табачной продукцией может осуществляться только в магазинах и павильонах. Если в населенном пункте они отсутствуют, то допускается продажа указанной продукции в других торговых объектах или развозная торговля ею. Во всех остальных случаях розничная торговля табачной продукцией в киосках, палатках, на ярмарках, выставках, путем развозной и разносной торговли, дистанционным способом продажи, с использованием автоматов и иными способами запрещается.

Информация о табачной продукции доводится продавцом до сведения покупателей посредством размещения в торговом зале перечня продаваемой табачной продукции, текст которого выполнен буквами одинакового размера черного цвета на белом фоне и который составлен в алфавитном порядке, с указанием цены продаваемой табачной продукции без использования каких-либо графических изображений и рисунков.

В месте продажи табачной продукции запрещена ее выкладка, а демонстрация покупателю может осуществляться только по его требованию после ознакомления с перечнем продаваемой табачной продукции.

Не допускаются розничная торговля сигаретами, содержащимися в количестве менее 20 штук в пачке, розничная торговля сигаретами и папиросами поштучно, табачными изделиями без потребительской тары, табачными изделиями, упакованными в одну потребительскую тару с товарами, не являющимися табачными изделиями.

Розничная торговля табачной продукцией запрещена в следующих местах:

- на территориях и в помещениях, предназначенных для оказания образовательных услуг, услуг учреждениями культуры, учреждениями органов по делам молодежи, услуг в области физической культуры и спорта, медицинских, реабилитационных и санаторно-курортных услуг, на всех видах общественного транспорта (транспорта общего пользования) городского и пригородного сообщения (в том числе на судах при перевозках пассажиров по внутригородским и пригородным маршрутам), в помещениях, занятых органами государственной власти, органами местного самоуправления;
- на расстоянии менее 100 м по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территорией, предназначенной для оказания образовательных услуг;
- на территориях и в помещениях (за исключением магазинов беспощинной торговли) железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских портов, речных портов, на станциях метрополитенов, предназначенных для оказания услуг по перевозкам пассажиров, в помещениях, предназначенных для предоставления жилищных услуг, гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания, бытовых услуг.

## **§ 17.2. Правила продажи товаров дистанционным способом**

Утвержденные Правительством РФ Правила продажи товаров дистанционным способом, устанавливающие порядок продажи товаров таким способом, регулируют отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров и оказании в связи с такой продажей услуг.

Как уже отмечалось, продажа товаров дистанционным способом подразумевает их реализацию по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием

товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, а также сетей связи для трансляции теле- или радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

При продаже товаров дистанционным способом продавец обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовыми отправлениями или перевозки с указанием используемого способа доставки и вида транспорта.

Продавец также обязан поставить в известность покупателя о необходимости использования квалифицированных специалистов по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, которые по техническим требованиям не могут быть пущены в эксплуатацию без участия соответствующих специалистов.

Перечень товаров, продаваемых дистанционным способом, и оказываемых в связи с такой продажей услуг определяется продавцом. Не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации (в частности, табачных изделий, поскольку регулирование деятельности по их розничной продаже осуществляется Федеральным законом “Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака”).

Продавец должен до заключения договора розничной купли-продажи предоставить покупателю информацию об основных потребительских свойствах товара и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании (наименовании) продавца, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.



Продавец не вправе предлагать потребителю товары, не указанные в первоначальном предложении товаров к продаже. Не допускается передача потребителю товаров, не соответствующих предварительной договоренности, если такая передача сопровождается требованием об оплате товаров.

Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар.

При оплате товаров покупателем в безналичной форме или продаже товаров в кредит (за исключением оплаты с использованием банковских платежных карт) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки товара.

Покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара — в течение 7 дней. В случае если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, покупатель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара.

Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у покупателя указанного документа не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Покупатель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

При отказе покупателя от товара продавец должен возвратить ему сумму, уплаченную покупателем в соответствии с договором, за исключением расходов продавца на доставку от покупателя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней с даты предъявления покупателем соответствующего требования.

В случае если договор заключен с условием о доставке товара покупателю, продавец обязан в установленный договором срок доставить товар в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, то в место его жительства.

Для доставки товаров в место, указанное покупателем, продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя).

Продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, которые установлены в договоре.

Доставленный товар передается покупателю по месту его жительства или иному указанному им адресу, а при отсутствии покупателя — любому лицу, предъявившему квитанцию или иной документ, подтверждающий заключение договора или оформление доставки товара.

В случае если покупателю передается товар с нарушением условий договора, касающихся количества, ассортимента, качества, комплектности, тары и (или) упаковки товара, покупатель может не позднее 20 дней после получения товара известить продавца об этих нарушениях.

Если обнаружены недостатки товара, в отношении которого гарантийные сроки или сроки годности не установлены, покупатель вправе предъявить требования в отношении недостатков товара в разумный срок, но в пределах 2 лет со дня передачи его покупателю, если более длительные сроки не установлены законами или договором.

Покупатель также вправе предъявить требования к продавцу в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности.

Покупатель, которому продан товар ненадлежащего качества, если это не было оговорено продавцом, вправе по своему выбору потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;

- соразмерного уменьшения покупной цены;
- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с

соответствующим перерасчетом покупной цены. При этом в отношении технически сложных и дорогостоящих товаров эти требования покупателя подлежат удовлетворению в случае обнаружения существенных недостатков.

Вместо предъявления этих требований покупатель вправе отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет покупатель должен возвратить товар с недостатками.

При возврате покупателем товара надлежащего качества составляется накладная или акт о возврате товара.

В случае если возврат суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, осуществляется одновременно с возвратом товара покупателем, возврат указанной суммы осуществляется продавцом с согласия покупателя одним из следующих способов:

- наличными денежными средствами по месту нахождения продавца;
- почтовым переводом;
- путем перечисления соответствующей суммы на банковский или иной счет покупателя, указанный покупателем.

Расходы на осуществление возврата суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором, несет продавец.

### **§ 17.3. Правила продажи товаров по образцам**

Утвержденные Правительством РФ Правила продажи товаров по образцам определяют порядок продажи товаров по образцам и оказания в связи с этим услуг, а также регулируют отношения между покупателем и продавцом товаров.

Продажа товаров по образцам осуществляется по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом и выставленным в месте продажи товаров.

При таком методе продажи покупателю предоставляется возможность самостоятельно или с помощью продавца ознакомиться с демонстрируемыми образцами, выбрать и приобрести необходимые товары, передаваемые покупателю после

их доставки в указанное им место, если иное не предусмотрено договором.

Перечень товаров, продаваемых по образцам, и оказываемых услуг определяется продавцом.

Продавец обязан довести до сведения покупателя информацию о своей организации и режиме ее работы, а также о товарах и их изготовителях. Помимо сведений, обязательных для каждого конкретного вида товаров, такая информация должна содержать:

- способ и срок извещения покупателем продавца о согласии заключить договор;
- способы, сроки и условия доставки и передачи товара потребителю и оказания других услуг, предлагаемых продавцом.

Продавец, осуществляющий продажу товаров по образцам, обязан предложить покупателю услуги по доставке товаров путем их пересылки почтовым отправлением или перевозки любыми видами транспорта, а также по подключению, наладке и пуску в эксплуатацию технически сложных товаров, если по техническим требованиям это не может быть сделано без участия соответствующих специалистов. Продавцом могут предоставляться и другие услуги, например по сборке, установке и сервисному обслуживанию товаров. При этом покупатель вправе при заключении договора отказаться от услуг, предложенных продавцом.

Отношения между продавцом и организациями транспорта, почтовой связи при продаже товаров по образцам регулируются законодательством Российской Федерации.

В организации, осуществляющей продажу товаров по образцам, должны быть выделены помещения для демонстрации образцов товаров. Необходимо, чтобы в них были представлены образцы товаров всех артикулов, марок и разновидностей, комплектующих изделий и приборов, фурнитуры и других сопутствующих товаров.

Образцы товаров, предлагаемых к продаже, демонстрируются в собранном, технически исправном состоянии. Они не должны иметь наружных повреждений. Товары, не требующие специального оборудования для подключения и пу-

ска в эксплуатацию (аудио-, видео- и бытовая техника, фотоаппаратура, часы и т. п.) демонстрируются в действующем состоянии.

Образцы товаров выставляют в витринах, на прилавках, подиумах, стендах, специальных пультах, оборудовании и размещение которых позволяет покупателям ознакомиться с товарами.

При продаже наборов или комплектов мебели в демонстрационном помещении (торговом зале) могут оформляться интерьеры, имитирующие жилые, бытовые помещения, кухни с использованием других предметов обстановки и оборудования, а также стенды с образцами тканей или отделочных материалов, применяемых для производства изделий.

Образцы товаров, требующих ознакомления покупателей с их устройством и действием, демонстрируются продавцом-консультантом.

Для предупреждения потери качества выставленных образцов их следует периодически обновлять.

Договор, на основании которого производится продажа товаров по образцам, может быть заключен:

- в месте продажи товара путем составления документа, подписанного сторонами;
  - путем передачи покупателем сообщения о намерении приобрести товар посредством почтовой, телеграфной, теле-тайпной, телефонной, электронной или иной связи, позволяющей достоверно установить, что сообщение исходит от покупателя;
  - в иной форме, согласованной продавцом и покупателем при непосредственном заключении договора.
- В договоре обязательно должно быть указано:
- наименование и место нахождения (адрес) продавца, фамилия, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя), адрес, по которому следует доставить товар;
  - наименование товара, артикул, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара;
  - цена товара;
  - вид услуги, время ее исполнения и стоимость;
  - обязательства продавца и покупателя.

Предложение покупателя о пересылке товара почтовым отправлением в адрес “До востребования” может быть принято только с согласия продавца.

Договор считается заключенным с момента:

- выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека или иного документа, подтверждающего оплату товара (при его заключении в месте продажи товара);
- получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар на условиях, предложенных продавцом.

До передачи ему товара покупатель вправе отказаться от исполнения договора, но при условии возмещения продавцу расходов, понесенных в связи с совершением действий по выполнению договора.

Приобретенный покупателем товар может быть передан ему путем пересылки почтовым отправлением или перевозкой железнодорожным, автомобильным, воздушным или водным транспортом с доставкой по месту, указанному покупателем в договоре. В случаях, предусмотренных договором, передача покупателю товара может быть произведена продавцом непосредственно после оплаты товара в месте продажи.

Порядок и сроки, в которые продавец обязан передать товар покупателю, устанавливаются в договоре.

Доставка товара транспортом в пределах населенного пункта, где он продан, должна быть осуществлена в сроки, определяемые соглашением сторон, но не позднее трех календарных дней с момента оформления и оплаты покупки. В иных случаях сроки доставки товара покупателю устанавливаются договором.

Установка, подключение, наладка и пуск в эксплуатацию отдельных технически сложных товаров, для которых в соответствии с технической и эксплуатационной документацией запрещено самостоятельное выполнение этих процедур покупателем, производятся сервисными службами продавца или другими организациями, с которыми продавец имеет договоры на техническое обслуживание реализуемых им товаров. Оказание этих услуг, а также обязательный инструктаж о правилах пользования товарами должны быть осуществлены в

сроки, определенные соглашением сторон, но не позднее семи календарных дней с момента доставки товара покупателю.

Договор считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в нем, а если место передачи товара договором не определено, то с момента доставки товара по месту жительства покупателя или получателя, если иное не было предусмотрено договором.

В том случае, когда одним из условий договора является оказание услуг по установке, подключению, наладке и пуску в эксплуатацию отдельных технически сложных товаров, договор считается исполненным с момента выполнения этих услуг.

Если доставленный в установленные сроки товар не был передан покупателю по его вине, новая доставка производится в сроки, согласованные с продавцом после повторной оплаты покупателем стоимости услуги по доставке товаров.

Продавец обязан передать покупателю товар, полностью соответствующий его образцу. Качество товара должно соответствовать информации, представленной покупателю при заключении договора, а также информации, доведенной до его сведения при передаче товара (в техническом паспорте на товар, правилах его использования, на этикетке или ярлыке, прикрепленных к товару, на самом товаре или его упаковке либо другими способами, предусмотренными для отдельных видов товаров).

Одновременно с товаром продавец обязан передать покупателю относящиеся к нему документы (технический паспорт, инструкцию по эксплуатации и др.).

Если доставленный товар передается покупателю или получателю по месту его жительства или иному указанному адресу, то он принимается в соответствии с данными сопроводительного документа, т. е. извещения или квитанции.

В случае, когда покупателю передается товар с нарушением условий договора о количестве, ассортименте, комплектности, упаковке, он обязан не позднее 20 дней после получения товара известить продавца об этих нарушениях.

При обнаружении в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, покупатель вправе по своему выбору потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;

- соразмерного уменьшения покупной цены;

- замены на товар надлежащего качества этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены. В отношении технически сложного товара покупатель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение 15 дней со дня передачи потребителю такого товара. По истечении этого срока указанные требования подлежат удовлетворению в случае обнаружения существенного недостатка товара, или нарушения установленных Законом РФ “О защите прав потребителей” сроков устранения недостатков товара, или невозможности использования товара в течение каждого года гарантийного срока в совокупности более чем 30 дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

Он также может отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет покупатель должен возвратить товар с недостатками.

Сроки исполнения указанных требований продавцом определяются в соответствии с Законом РФ “О защите прав потребителей”.

Также покупатель вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований покупателя.

При отказе продавца передать товар покупатель вправе отказаться от исполнения договора.

В случае, когда продавец, получивший сумму предварительной оплаты товара, не исполняет обязанность по его



передаче в установленный договором срок, покупатель вправе требовать передачи оплаченного товара в установленный новый срок или возврата суммы предварительной оплаты за товар, не переданный продавцом. При этом он вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие нарушения установленного договором срока передачи предварительно оплаченного товара. В случае нарушения установленного договором срока передачи предварительно оплаченного товара покупателю продавец уплачивает ему за каждый день просрочки неустойку (пени) в размере 0,5% суммы предварительной оплаты товара.

## **§ 17.4. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами**

Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденные Правительством РФ, регулируют отношения между комиссионером и комитентом по договору комиссии, а также между комиссионером и покупателем при продаже непродовольственных товаров, принятых на комиссию.

Под *комиссионером* понимается организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, осуществляющие продажу товаров, принятых на комиссию, по договору розничной купли-продажи, под *комитентом* — гражданин, сдающий товар на комиссию с целью продажи его комиссионером за вознаграждение, а под *покупателем* — гражданин, имеющий намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Товары на комиссию принимаются от граждан Российской Федерации, иностранных граждан, лиц без гражданства.

До момента продажи (передачи) покупателю товара, принятого на комиссию, право собственности на него сохраняется за комитентом. Комиссионер отвечает перед комитентом за утрату, недостачу или повреждение находящегося у него товара, переданного для продажи.

На комиссию принимаются новые и бывшие в употреблении непродовольственные товары.

Прием товаров оформляется договором комиссии, квитанцией, накладной или другим документом, вид которого устанавливается комиссионером самостоятельно. Указанный документ составляется в двух экземплярах (по одному для каждой стороны) и подписывается комиссионером и комитентом. В нем должны содержаться следующие сведения:

- номер документа, дата его составления;
- наименование и реквизиты сторон (адрес, расчетный счет, телефон комиссионера, паспортные данные или данные иного документа, удостоверяющего личность комитента);
- наименование товара;
- степень износа и недостатки бывшего в употреблении товара;
- цена товара в рублях;
- размер и порядок уплаты комиссионного вознаграждения;
- условия принятия товара на комиссию;
- порядок проведения и размер уценки товара;
- сроки реализации товара до и после его уценки;
- условия и порядок возврата комитенту не проданного комиссионером товара;
- условия и порядок расчетов между комиссионером и комитентом;
- размер оплаты расходов комиссионера по хранению товара, принятого на комиссию, если по соглашению сторон эти расходы подлежат возмещению.

Если на комиссию сдается несколько товаров, их наименования и цены могут указываться в перечне товаров, прилагаемом к составленному документу.

Транспортные средства (автомобили, мотоциклы и другие виды мототехники) и номерные агрегаты к ним как отечественного, так и иностранного производства, подлежащие государственной регистрации в установленном законодательством Российской Федерации порядке, принимаются на комиссию при наличии документов, удостоверяющих право собственности на транспортные средства и агрегаты к ним, сня-

тие их с учета в связи с продажей, а также при наличии временного регистрационного знака “транзит”, выдаваемого на транспортные средства уполномоченными государственными органами.

Транспортные средства, зарегистрированные в других государствах и временно ввезенные на территорию Российской Федерации гражданами, принимаются на комиссию при наличии паспортов транспортных средства, выданных в установленном порядке таможенными органами Российской Федерации.

Прием на комиссию и продажа предметов антиквариата производятся в соответствии с Правилами и с соблюдением требований законодательства Российской Федерации, регулирующего порядок реализации предметов антиквариата.

Изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней принимаются на комиссию в соответствии с предъявляемыми к ним требованиями, предусмотренными Правилами продажи отдельных видов товаров.

Прием на комиссию и продажа гражданского оружия осуществляются в соответствии с требованиями Федерального закона “Об оружии”, а также других нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих оборот гражданского оружия и боеприпасов к нему на территории России.

Газовые плиты и баллоны к ним принимаются на комиссию при наличии документа, подтверждающего их пригодность к использованию по назначению, выдаваемого соответствующими службами газового хозяйства.

На комиссию не принимаются товары, которые в соответствии с законодательством Российской Федерации изъяты из оборота, розничная продажа которых запрещена или ограничена, а также товары, не подлежащие возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

К товару, принятому на комиссию, прикрепляется товарный ярлык, а на мелкие изделия — ценник с указанием номера документа, оформленного при приеме товара, и цены.

Перечень товаров и товарный ярлык должны содержать сведения, характеризующие состояние товара (новый, быв-

ший в употреблении, степень износа, основные товарные признаки, недостатки товара). Для транспортных средств в эти сведения включаются идентификационный номер, марка, модель транспортного средства, наименование (тип), год выпуска, номера двигателя, шасси (рамы), кузова (прицепа), регистрационного знака “транзит”, цвет кузова (кабины), пробег по данным спидометра, серия и номер паспорта транспортного средства, а для транспортных средств, ввезенных на территорию Российской Федерации, также указывается номер и дата документа, подтверждающего его таможенное оформление в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Перечень принятых на комиссию товаров и товарный ярлык подписываются комиссионером и комитентом.

Если на комиссию принимается товар, в отношении которого должна быть представлена информация о подтверждении соответствия его установленным требованиям, сроках годности или сроках службы, однако такая информация отсутствует, комиссионер при продаже такого товара обязан представить покупателю информацию о том, что соответствие товара установленным требованиям должно быть подтверждено, на него должен быть установлен срок годности или срок службы, но сведения об этом отсутствуют.

Товары на комиссию принимаются от граждан по предъявлении паспорта или иного документа, удостоверяющего личность.

С согласия комитента комиссионер может предоставлять ему дополнительные услуги (по приему и оценке товара на дому, доставке крупногабаритного товара в магазин и др.).

Комитент вправе в любое время отменить данное поручение, отказавшись тем самым от исполнения договора комиссии. При этом комиссионер вправе требовать возмещения убытков, вызванных отменой поручения. Комитент обязан незамедлительно или в срок, установленный договором комиссии, распорядиться своим находящимся в ведении комиссионера имуществом. Если же он не выполнит эту обязанность, комиссионер вправе сдать товар на хранение за счет комитента либо продать его по возможно более выгодной для комитента цене.

Комиссионер не вправе, если иное не предусмотрено договором комиссии, отказаться от его исполнения, за исключением случая, когда договор заключен без указания срока действия. В этом случае комиссионер должен уведомить комитента о прекращении договора не позднее чем за 30 дней, если более продолжительный срок уведомления не предусмотрен договором.

Комиссионер обязан принять меры, необходимые для обеспечения сохранности имущества комитента.

Цена товара, принятого на комиссию, и размер комиссионного вознаграждения, которое комитент обязан уплатить комиссионеру, определяются соглашением сторон.

Принятый на комиссию товар должен поступить в продажу не позднее следующего дня после его приема, за исключением выходных и праздничных дней.

В случае задержки поступления товара в продажу по вине комиссионера он должен уплатить комитенту за каждый день просрочки неустойку в размере 3% суммы вознаграждения. По соглашению сторон может быть установлен более высокий размер неустойки.

Если в новом товаре до продажи покупателю будут выявлены недостатки, не обнаруженные при приеме его на комиссию, то такой товар снимается с продажи. Он возвращается комитенту, если не доказано, что недостатки возникли по вине комиссионера, без оплаты расходов комиссионера по хранению товаров.

Если при приеме комиссионером имущества, присланного комитентом либо поступившего к комиссионеру для комитента, в нем окажутся повреждения или недостача, которые могут быть замечены при наружном осмотре, а также в случае причинения кем-либо ущерба имуществу комитента, находящемуся у комиссионера, комиссионер обязан принять меры по охране прав комитента, собрать необходимые доказательства и обо всем без промедления сообщить комитенту.

Комиссионер, не застраховавший находящееся у него имущество комитента, отвечает за это лишь в случаях, когда комитент предписал ему застраховать имущество за счет комитента либо страхование этого имущества коммиссионе-

ром предусмотрено договором комиссии или обычаями делового оборота.

При продаже товара, гарантийный срок которого не истек, покупателю должен быть передан полученный от комитента гарантийный талон, технический паспорт, сервисная книжка или иной заменяющий ее документ, подтверждающий право покупателя на использование оставшегося гарантийного срока.

Покупатель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены комиссионером, вправе по своему выбору потребовать:

- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- соразмерного уменьшения покупной цены;
- незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара;
- возмещения расходов на устранение недостатков товара.

При этом покупатель также вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

Следует отметить, что требования покупателя о замене товара ненадлежащего качества на товар аналогичной марки (модели, артикула), о безвозмездном устранении недостатков товара и о возмещении расходов на их устранение подлежат удовлетворению с согласия комиссионера.

Вместо предъявления всех перечисленных требований покупатель вправе отказаться от приобретенного товара и потребовать возврата уплаченной за него денежной суммы. В таком случае товар ненадлежащего качества подлежит возврату комиссионеру по его требованию за его же счет.

Порядок и размеры уценки товаров, принятых на комиссию, согласовываются комиссионером и комитентом при заключении договора комиссии. В нем же определяется способ уведомления комитента о вызове и сроки его явки.

Если комитент откажется от уценки, ему возвращается товар. При этом договором может быть предусмотрено возмещение им расходов на хранение товара.

Проведение уценок товара отражается в прилагаемом к договору перечне товаров, принятых на комиссию, товарном ярлыке или ценнике.

В случаях, когда комиссионер совершил сделку на условиях более выгодных, чем те, которые были указаны комитентом, дополнительная выгода делится между сторонами поровну, если иное не предусмотрено соглашением между ними.

Комиссионер, продавший товар по цене ниже согласованной с комитентом, обязан возместить последнему разницу, если не докажет, что у него не было возможности продать товар по согласованной цене и продажа по более низкой цене предупредила еще большие убытки. Кроме того, комиссионер должен также доказать, что он не имел возможности получить предварительно согласие комитента на снижение цены (в случае, когда комиссионер был обязан предварительно запросить об этом комитента).

Деньги за проданный товар выплачиваются комиссионером комитенту не позднее чем на третий день после продажи товара.

Выплата денег, а также возврат принятого на комиссию, но непроданного товара производится по предъявлении комитентом документа, подтверждающего заключение договора комиссии, паспорта или иного документа, удостоверяющего личность комитента. Комитент может уполномочить другое лицо получить деньги или непроданный товар. Их выдача в этом случае производится по предъявлении оформленной в установленном порядке доверенности и документа, подтверждающего заключение договора комиссии.

По желанию комитента выплата ему денег за проданный товар может производиться комиссионером по безналичному расчету через кредитные организации.

В течение 30 дней со дня выплаты комитенту денег за проданный товар либо возврата ему непроданного товара комиссионеру могут быть предъявлены требования комитента, связанные с ненадлежащим исполнением договора комиссии. Иной срок предъявления таких требований может быть установлен соглашением сторон.

## **Глава 18. ПРАВИЛА РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭКСПЛУАТАЦИИ КОНТРОЛЬНО-КАССОВЫХ МАШИН**

---

### **§ 18.1. Санитарные правила торговых предприятий**

Предприятия торговли обязаны соблюдать действующее в Российской Федерации санитарное законодательство и установленные санитарно-эпидемиологические правила, осуществлять контроль за их выполнением.

Особые санитарно-эпидемиологические требования установлены для предприятий продовольственной торговли, в соответствии с которыми они должны быть оснащены необходимым торгово-технологическим и холодильным оборудованием в зависимости от типа предприятия, его мощности и действующих норм оснащения.

Торговое оборудование, инвентарь и тара должны быть изготовлены из материалов, разрешенных органами здравоохранения для контакта с пищевыми продуктами, легко поддающихся мойке и дезинфекции.

Приспособления для выкладки и хранения товаров (полки и т. п.) должны иметь гладкую поверхность, легко поддающуюся мойке. Высота стеллажей и поддонов должна быть не менее 15 см от пола.

Для каждого вида продуктов необходимо иметь отдельные разделочные доски и ножи с четкой маркировкой, которые должны храниться в соответствующих отделах на специально отведенных местах.



Холодильные установки должны быть оснащены термометрами для контроля температурного режима хранения продовольственных товаров.

На базах, складах, овоще- и фруктохранилищах ежедневно должен осуществляться контроль за температурным режимом хранения товаров и еженедельный контроль относительной влажности воздуха. Результаты производимых измерений заносятся в специальный журнал.

Предприятия торговли должны принимать для реализации только доброкачественные товары.

Количество принимаемых скоропортящихся, замороженных и особо скоропортящихся пищевых продуктов должно соответствовать объему работающего холодильного оборудования.

Хранение и реализация скоропортящихся продуктов, за исключением продукции, требующей более жестких режимов хранения, осуществляется при температуре не выше +6 °С.

Пищевые продукты принимаются в чистой, сухой, без постороннего запаха и нарушений целостности тары и упаковке. Перетаривание пищевых продуктов из тары поставщика в более мелкую тару не допускается.

Этикетки (ярлыки) на таре поставщика должны сохраняться до окончания сроков годности (хранения) пищевых продуктов.

Хранение пищевых продуктов должно осуществляться в соответствии с действующей нормативной и технической документацией при соответствующих параметрах температуры, влажности и светового режима для каждого вида продукции.

При хранении пищевых продуктов должны соблюдаться правила товарного соседства, нормы складирования. Продукты, имеющие специфический запах (сельди, специи и т. п.), должны храниться отдельно от продуктов, воспринимающих запахи.

Не допускается совместное хранение сырых продуктов и полуфабрикатов вместе с готовыми пищевыми продуктами, испорченных или подозрительных по качеству пищевых продуктов вместе с доброкачественными, а также хранение в

складских помещениях для пищевых продуктов тары, тележек, хозяйственных материалов и непищевых товаров.

Складирование пищевых продуктов вблизи водопроводных и канализационных труб, приборов отопления, вне складских помещений, а также незатаренной продукции непосредственно на полу, навалом не производится.

Охлажденное мясо (туши и полутуши) хранят в подвешенном состоянии на крючьях так, чтобы туши не соприкасались между собой, со стенами и полом помещения.

Мороженое мясо может храниться на стеллажах или подтоварниках.

Мясные полуфабрикаты, субпродукты, птица мороженная и охлажденная должны храниться в таре поставщика. При укладке в штабеля для лучшей циркуляции воздуха между ящиками необходимо прокладывать деревянные рейки.

Охлажденная рыба хранится в таре поставщика, температура хранения должна быть не выше  $+2^{\circ}\text{C}$ . Мороженная рыба хранится в ящиках, уложенных в штабеля с прокладкой реек между рядами ящиков.

В организациях торговли живая рыба хранится в аквариуме с чистой водой и аэрацией в теплое время года — не более 24 часов, в холодное — не более 48 часов при температуре воды не выше  $+10^{\circ}\text{C}$ .

Хлеб и хлебобулочные изделия хранят в чистых, сухих, хорошо проветриваемых помещениях. Хранение хлеба и хлебобулочных изделий навалом, вплотную со стенами помещений, без подтоварников, а также на стеллажах, расположенных на расстоянии менее 35 см от пола, не проводится.

В случаях обнаружения в процессе хранения или продажи признаков заболевания хлеба и хлебобулочных изделий картофельной болезнью необходимо немедленно изъять такие изделия из торгового зала и складских помещений. Полки для хранения промыть теплой водой с моющими средствами и протереть 3%-ным раствором уксусной кислоты.

В целях предупреждения возникновения картофельной болезни хлеба необходимо не реже 1 раза в неделю промывать полки для хранения хлеба теплой водой с моющими

средствами, протирать 1%-ным раствором уксусной кислоты и затем просушивать.

При приемке кондитерских изделий с кремом не проводится перекалывание их из лотков поставщика, а также реализация их в неупакованном виде по методу самообслуживания.

В организациях торговли не допускается прием тортов, не упакованных поштучно в потребительскую тару, а также пирожных, не упакованных в лотки с плотно прилегающими крышками.

Перевозка или перенос тортов и пирожных на открытых листах или лотках не допускается.

Хранение сыпучих продуктов производится в сухих, чистых, хорошо проветриваемых помещениях, не зараженных амбарными вредителями, с относительной влажностью воздуха не более 75%.

Указанные продукты хранят в мешках штабелями на стеллажах, на расстоянии 50 см от стен, с разрывом между штабелями не менее 75 см.

Для организаций торговли, встроенных, встроенно-пристроенных в жилые здания и здания иного назначения, завоз продукции в ночное время (с 23.00 до 7.00 часов) не проводится.

Подготовка пищевых продуктов к продаже уборщиками или подсобными рабочими не проводится.

Подготовка, взвешивание и упаковка сырых и готовых к употреблению пищевых продуктов должны осуществляться раздельно. Продажа сырых продуктов (мяса, птицы, рыбы, морепродуктов, яиц, овощей и др.) и полуфабрикатов из них должна производиться в специальных отделах, раздельно от реализации готовых к употреблению продуктов.

При отпуске покупателям нефасованных пищевых продуктов продавец использует инвентарь (щипцы, лопатки, совки, ложки и др.). Для каждого вида продуктов выделяют отдельные разделочные доски и ножи с четкой маркировкой, которые хранятся в соответствующих помещениях, отделах на специально отведенных местах.

Взвешивание неупакованных пищевых продуктов непосредственно на весах, без оберточной бумаги и других упаковочных материалов не допускается.

При организации обслуживания на дому доставка пищевых продуктов заказчику должна осуществляться в условиях, обеспечивающих их сохранность, качество, безопасность и исключающих их загрязнение и порчу.

Отпуск покупателям пищевых продуктов, случайно упавших на пол или загрязненных иным путем (санитарный брак), запрещается. Дальнейшее использование санитарного брака, его утилизация подтверждаются соответствующими документами и проводятся в соответствии с действующим законодательством.

Нарезка хлеба подсобными рабочими и покупателями не допускается.

В организациях торговли при реализации тортов нарезка и продажа их частями запрещается.

Скоропортящиеся пищевые продукты, масса (объем) и потребительская тара которых не позволяют осуществить их реализацию одномоментно (мясные изделия в парогазопроницаемых оболочках, вакуумной упаковке, массой более 1 кг, салаты и готовые охлажденные многокомпонентные блюда в таре от 1 до 3 кг), допускается реализовывать вразвес. Реализация продуктов из вскрытых потребительских упаковок осуществляется в течение одного рабочего дня, но не более 12 часов с момента вскрытия упаковки при соблюдении условий хранения (температура, влажность).

В отделах реализации фляжного молока должны быть трафареты, предупреждающие о необходимости его кипячения.

При отпуске жидких пищевых продуктов (молоко, сметана, растительное масло и др.) не допускается сливать продукты обратно из посуды покупателя в общую тару.

Продажа яиц в отделах (секциях) организаций торговли, реализующих нефасованные продукты, готовые к употреблению, не допускается.

Продажа плодоовощной продукции производится в специализированных плодоовощных магазинах, отделах и секциях, специально предназначенных для этих целей.

Отпуск плодоовощной переработанной продукции (квашеной, соленой, маринованной и др.), не упакованной в герметичную тару, необходимо проводить отдельно от реализации сырых овощей и фруктов с использованием специального инвентаря (ложки, вилки, щипцы).

В специализированных организациях торговли рекомендуется осуществлять мытье корнеплодов и их фасовку (после просушивания) в сетки и пакеты.

В организациях торговли запрещается производить упаковку продукции под вакуумом.

Автоматы для реализации напитков в розлив обеспечиваются одноразовыми стаканами.

В организациях торговли живая рыба реализуется из аквариумов или термоизолирующей автоцистерны, оборудованных устройством для аэрации воды. Места торговли должны иметь место для водосброса в соответствии с заключением органов и учреждений госсанэпидслужбы.

В организациях торговли запрещается реализация продукции:

- без наличия качественного удостоверения (для продукции российского производства), сопроводительных документов, подтверждающих их происхождение, качество и безопасность;
- с нарушением целостности упаковки и в загрязненной таре, без этикеток (или листов-вкладышей);
- при отсутствии необходимых условий для соблюдения температурных и влажностных условий хранения;
- мяса без ветеринарного клейма, условно годного мяса и мясопродуктов;
- непотрошенной птицы, за исключением дичи, яиц из хозяйств, неблагополучных по сальмонеллезам, а также с загрязненной скорлупой, с пороками (красюк, тумак, кровавое кольцо, большое пятно, миражные), с насечкой, “тек”, “бой”, утиных и гусиных яиц;
- творога, изготовленного из непастеризованного молока, молока и сливок с повышенной кислотностью (самоквас);
- консервов, имеющих дефекты: бомбаж, хлопущи, подтеки, пробоины и сквозные трещины, деформированных, с

признаками микробиологической порчи (плесневение, брожение, ослизнение) и др.;

- загнивших, испорченных, с нарушением целостности кожуры овощей и фруктов;

- дефростированных и повторно замороженных пищевых продуктов и продовольственного сырья;

- домашнего приготовления;

- с истекшими сроками годности;

- нерасфасованной и неупакованной, кроме групп продуктов, определенных законодательством Российской Федерации;

- без наличия на этикетке (листе-вкладыше) информации, наносимой в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, а также нормативной и технической документации;

- в грязную тару покупателя и печатную макулатуру.

Продовольственное сырье и пищевые продукты, признанные не соответствующими требованиям нормативной и технической документации, представляющие опасность для здоровья населения, снимаются с реализации. Решение о возможности их дальнейшего использования или уничтожения принимается в соответствии с утвержденным постановлением Правительства РФ “Положением о проведении экспертизы некачественных и опасных продовольственного сырья и пищевых продуктов, их использования или уничтожения”.

Выбор места для размещения мелкорозничных предприятий торговли должен согласовываться с местными учреждениями санитарно-эпидемиологической службы.

Объекты мелкорозничной торговли должны иметь собственное помещение для хранения тары и складское помещение для дневного запаса товаров. Нельзя хранить тару или затаренные продукты около предприятия.

При торговле из корзин, лотков и т. д. не разрешается ставить их на землю, для этой цели должны быть складные подставки.

Один раз в месяц во всех предприятиях продовольственной торговли устанавливается санитарный день для проведения уборки и дезинфекции помещений, оборудования, ин-

вентаря. Он проводится в соответствии с графиком. Администрация предприятия обязана заранее известить покупателей о проведении санитарного дня.

Для перевозки пищевых продуктов должен выделяться специальный транспорт, а для транспортировки молочных продуктов, колбасных изделий, хлеба и ряда других продуктов — специализированный транспорт с соответствующей маркировкой. Транспорт должен иметь санитарный паспорт, кузов автомашины должен иметь гигиеническое покрытие, легко поддающееся мойке.

Шофер-экспедитор (экспедитор), шофер-грузчик должны иметь при себе личную медицинскую книжку установленного образца, работать в спецодежде, строго соблюдать правила личной гигиены, обеспечивать сохранность, качество, безопасность и правила транспортировки (разгрузки) пищевых продуктов.

Условия транспортировки (температура, влажность) должны соответствовать требованиям нормативной и технической документации на каждый вид пищевых продуктов, а также правилам перевозок скоропортящихся грузов разным видом транспорта.

Погрузка и разгрузка пищевых продуктов производится персоналом в чистой санитарной одежде.

Хлеб и хлебобулочные изделия должны перевозиться в лотках, в специальных закрытых автомашинах или фургонах, оборудованных полками. Не допускается перевозить хлеб навалом.

Кремовые кондитерские изделия должны быть уложены в контейнеры или лотки с крышками, торты — поставляться в стандартной таре изготовителя. Транспортировка кремовых кондитерских изделий на открытых листах или лотках не допускается.

Живую рыбу перевозят в автомобилях-цистернах с термоизоляцией, имеющих устройство для охлаждения воды, а также оборудование для насыщения воды воздухом. Температура воды в цистерне должна быть не выше 10 °С.

При транспортировке пищевых продуктов должны строго соблюдаться правила их последовательной укладки, ис-

ключающие контакт сырой и готовой продукции, загрязнения продуктов при погрузке и выгрузке.

Транспортные средства, используемые для перевозки пищевых продуктов и продовольственного сырья, ежедневно подвергаются мойке с применением моющих средств и ежемесячно дезинфицируются средствами, разрешенными органами и учреждениями госсанэпидслужбы в установленном порядке.

Лица, поступающие на работу в организации торговли, проходят медицинские осмотры, профессиональную, гигиеническую подготовку и аттестацию в установленном порядке.

На каждого работника заводится личная медицинская книжка установленного образца, в которую вносятся результаты медицинских обследований и лабораторных исследований, сведения о перенесенных инфекционных заболеваниях, отметка о прохождении гигиенической подготовки и аттестации.

Во всех организациях торговли создаются необходимые условия для соблюдения правил личной гигиены персонала (наличие мыла, полотенец, туалетной бумаги и др.).

Совместное хранение санитарной и домашней одежды в организациях торговли не допускается.

Работники организации торговли обязаны соблюдать следующие правила личной гигиены:

- оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор, личные вещи в гардеробной;
- перед началом работы тщательно мыть руки с мылом, надевать чистую санитарную одежду, подбирать волосы под колпак или косынку;
- работать в чистой санитарной одежде, менять ее по мере загрязнения;
- перед посещением туалета снимать санитарную одежду в специально отведенном месте, после посещения туалета тщательно мыть руки с мылом;
- при появлении признаков простудного заболевания или кишечной дисфункции, а также нагноений, порезов, ожогов сообщать администрации и обращаться в медицинское учреждение для лечения;



- сообщать обо всех случаях заболеваний кишечными инфекциями в семье работника;

- не курить и не принимать пищу на рабочем месте (прием пищи и курение разрешаются в специально отведенном месте).

В каждой организации торговли следует иметь аптечку с набором медикаментов для оказания первой медицинской помощи.

Учащиеся средних общеобразовательных школ, профессионально-технических училищ, студенты специальных учебных заведений перед прохождением производственной практики в организациях торговли проходят медицинское обследование и гигиеническую подготовку в установленном порядке.

Слесари, электромонтеры и другие работники, занятые ремонтными работами в производственных и складских помещениях, работают в цехах в чистой санитарной (или специальной) одежде, переносят инструменты в специальных закрытых ящиках.

Санитарно-эпидемиологическими правилами установлено, что руководитель торговой организации (предприятия) обеспечивает:

- наличие в организации торговли санитарных правил;
- выполнение требований санитарных правил всеми работниками организации торговли;

- должное санитарное состояние нецентрализованных источников водоснабжения и качество воды в них;

- организацию производственного контроля;

- необходимые условия для соблюдения санитарных норм и правил при приеме, хранении и реализации продукции, гарантирующих их качество и безопасность для здоровья потребителей;

- прием на работу лиц, имеющих допуск по состоянию здоровья, прошедших профессиональную, гигиеническую подготовку и аттестацию;

- наличие личных медицинских книжек на каждого работника;

- своевременное прохождение предварительных при поступлении и периодических медицинских обследований всеми работниками;

- организацию профессиональной гигиенической подготовки и переподготовки персонала по программе гигиенического обучения в установленном порядке;
- выполнение постановлений предписаний органов и учреждений госсанэпидслужбы;
- условия труда работников в соответствии с действующим законодательством, санитарными правилами, гигиеническими нормативами;
- организацию регулярной централизованной стирки и починки санитарной и специальной одежды;
- исправную работу и своевременный ремонт технологического, холодильного и другого оборудования;
- наличие достаточного количества производственного оборудования и инвентаря, посуды, тары, упаковочных материалов, моющих, дезинфицирующих средств и других предметов материально-технического оснащения;
- проведение мероприятий по дезинфекции, дезинсекции и дератизации;
- своевременный вывоз мусора, утилизацию использованных люминесцентных ламп;
- наличие аптек для оказания первой медицинской помощи и их своевременное пополнение;
- организацию санитарно-просветительной работы с персоналом.

## **§ 18.2. Правила пожарной безопасности торговых предприятий**

Все предприятия торговли должны строго соблюдать Правила противопожарного режима в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 25.04.2012 № 390.

*В соответствии с этими Правилами на объектах организаций торговли запрещается:*

- проводить огневые работы во время нахождения покупателей в торговых залах;
- осуществлять продажу легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, горючих газов (в том числе баллонов с га-

зом, лакокрасочных изделий, растворителей, товаров в аэрозольной упаковке), пороха, капсюлей, пиротехнических и других взрывоопасных изделий, если объекты организаций торговли размещены в зданиях, не являющихся зданиями класса функциональной пожарной опасности Ф3.1, определенно-го в соответствии с Федеральным законом “Технический регламент о требованиях пожарной безопасности”;

- размещать отделы, секции по продаже легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, горючих газов и пиротехнических изделий на расстоянии менее 4 м от выходов, лестничных клеток и других путей эвакуации;

- устанавливать в торговых залах баллоны с горючими газами для наполнения воздушных шаров и для других целей;

- размещать торговые, игровые аппараты и вести торговлю на площадках лестничных клеток, в тамбурах и на других путях эвакуации.

Запрещается временное хранение горючих материалов, отходов, упаковок и контейнеров в торговых залах и на путях эвакуации.

Нельзя хранить горючие товары или негорючие товары в горючей упаковке в помещениях, не имеющих оконных проемов или шахт дымоудаления, за исключением случаев, разрешенных нормативными правовыми актами и нормативными документами по пожарной безопасности.

Загрузочные устройства шахтных подъемников для бес-тарного транспортирования полуфабрикатов оборудуются заслонками, открывающимися только на период загрузки.

При проведении распродаж, рекламных акций и других мероприятий, связанных с массовым пребыванием людей в торговых залах, руководитель организации обязан принять дополнительные меры пожарной безопасности, направленные в том числе на ограничение доступа посетителей в торговые залы, а также назначить ответственных за их соблюдение.

На вещевых рынках, организованных в установленном порядке, расположенных на открытых площадках или в зданиях (сооружениях), руководитель торговой организации должен обеспечивать соблюдение следующих требований пожарной безопасности:

- ширина прохода между торговыми рядами, ведущего к эвакуационным выходам, должна быть не менее 2 м;
- через каждые 30 м торгового ряда должны быть поперечные проходы шириной не менее 1,4 м.

В рабочее время запрещено осуществлять загрузку (выгрузку) товаров и тары по путям, являющимся эвакуационными.

Запрещается торговля товарами бытовой химии, лаками, красками и другими легковоспламеняющимися и горючими жидкостями, расфасованными в стеклянную тару вместимостью более 1 л каждая, а также пожароопасными товарами без этикеток с предупреждающими надписями “Огнеопасно”, “Не распылять вблизи огня”.

Расфасовка пожароопасных товаров должна осуществляться в специально приспособленных для этой цели помещениях.

Хранение и продажа керосина и других горючих жидкостей путем налива в тару разрешается только в отдельно стоящих зданиях, выполненных из негорючих материалов, включая полы. Уровень пола в этих зданиях должен быть ниже примыкающей планировочной отметки с таким расчетом, чтобы исключалось растекание жидкости при аварии. В указанных зданиях не разрешается печное отопление.

Торговые залы отделяются противопожарными перегородками от кладовых, в которых установлены емкости с керосином или другими горючими жидкостями. Емкости (резервуары, бочки) не должны быть объемом более 5 м<sup>3</sup>.

Трубопровод, по которому подается горючая жидкость из резервуаров в раздаточные баки, закрепляется неподвижно и имеет вентили у раздаточного бака и емкости. Раздаточный бак должен быть вместимостью не более 100 л. Трубопроводы и емкости должны иметь заземление не менее чем в 2 местах. Надежность заземления с измерением электрического сопротивления проверяется не реже 1 раза в год.

Прилавок для отпуска керосина должен иметь негорючее покрытие, исключаящее искрообразование при ударе. Запрещается хранение упаковочных материалов (стружка, солома, бумага и др.) в помещениях торговли керосином. Тара из-под

керосина и других горючих жидкостей хранится только на специальных огражденных площадках.

Запрещается совмещать продажу в одном торговом зале оружия (гражданского и служебного) и патронов к нему, а также иных видов товаров, за исключением спортивных, охотничьих и рыболовных принадлежностей и запасных частей к оружию.

Патроны к оружию и пиротехнические изделия хранятся в металлических шкафах, установленных в помещениях, отгороженных от других помещений противопожарными перегородками. Запрещается размещать указанные шкафы в подвальных помещениях.

Запрещается хранить порох совместно с капсюлями или снаряженными патронами в одном шкафу.

Непосредственно в зданиях магазинов разрешается хранить 50 кг дымного пороха или 50 кг бездымного пороха.

### **§ 18.3. Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин**

В соответствии с Федеральным законом “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт” контрольно-кассовая техника, включенная в Государственный реестр, применяется на территории Российской Федерации в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных денежных расчетов и расчетов с использованием платежных карт в случаях продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Законом определено, что Правительством РФ устанавливается порядок, в соответствии с которым организации и индивидуальные предприниматели могут осуществлять наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники в случае оказания услуг населению при условии выдачи ими соответствующих бланков строгой отчетности. Порядок

утверждения формы бланков строгой отчетности, приравненных к кассовым чекам, а также порядок их учета, хранения и уничтожения установлены Правительством РФ.

Организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности, и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками, применяющими патентную систему налогообложения, могут осуществлять наличные денежные расчеты или расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники при условии выдачи по требованию покупателя товарного чека или другого документа, подтверждающего прием денежных средств за соответствующий товар.

Законом также определено, что наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт могут осуществляться без применения контрольно-кассовой техники при осуществлении следующих видов деятельности:

- продажи газет и журналов, а также сопутствующих товаров в газетно-журнальных киосках при условии, если доля продажи газет и журналов в их товарообороте составляет не менее 50% и ассортимент сопутствующих товаров утвержден органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Учет торговой выручки от продажи газет и журналов и от продажи сопутствующих товаров ведется раздельно;

- продажи ценных бумаг;
- продажи лотерейных билетов;
- продажи проездных билетов и талонов для проезда в городском общественном транспорте;

- обеспечения питанием учащихся и работников образовательных организаций, реализующих основные общеобразовательные программы, во время учебных занятий;

- торговли на рынках, ярмарках, в выставочных комплексах, а также на других территориях, отведенных для осуществления торговли, за исключением находящихся в этих местах торговли магазинов, павильонов, киосков, палаток, автолавок, автомагазинов, автофургонов, помещений контейнерного типа и других аналогично обустроенных и обеспечивающих показ и сохранность товара торговых мест (помещений и автотран-

спортных средств, в том числе прицепов и полуприцепов), открытых прилавков внутри крытых рыночных помещений при торговле непродовольственными товарами;

- разносной мелкорозничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами (за исключением технически сложных товаров и продовольственных товаров, требующих определенных условий хранения и продажи) с ручных тележек, корзин, лотков (в том числе защищенных от атмосферных осадков каркасами, обтянутыми полиэтиленовой пленкой, парусиной, брезентом);

- продажи в пассажирских вагонах поездов чайной продукции в ассортименте, утвержденном федеральным органом исполнительной власти в области железнодорожного транспорта;

- торговли в киосках мороженым и безалкогольными напитками в розлив;

- торговли из цистерн пивом, квасом, молоком, растительным маслом, живой рыбой, керосином, вразвал овощами и бахчевыми культурами;

- приема от населения стеклопосуды и утильсырья, за исключением металлолома;

- реализации предметов религиозного культа и религиозной литературы, оказания услуг по проведению религиозных обрядов и церемоний в культовых зданиях и сооружениях и на относящихся к ним территориях, в иных местах, предоставленных религиозным организациям для этих целей, в учреждениях и на предприятиях религиозных организаций, зарегистрированных в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;

- продажи по номинальной стоимости государственных знаков почтовой оплаты (почтовых марок и иных знаков, наносимых на почтовые отправления), подтверждающих оплату услуг почтовой связи.

Кроме того, организации и индивидуальные предприниматели, находящиеся в отдаленных или труднодоступных местностях (за исключением городов, районных центров, поселков городского типа), указанных в перечне, утвержденном органом государственной власти субъекта Российской Феде-

рации, могут осуществлять наличные денежные расчеты или расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники.

Федеральным законом “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт” определено, что требования к контрольно-кассовой технике, порядок и условия ее регистрации и применения определяются Правительством РФ.

Законом также установлено, что организации и индивидуальные предприниматели, применяющие контрольно-кассовую технику, обязаны:

- осуществлять регистрацию контрольно-кассовой техники в налоговых органах;
- применять при осуществлении наличных денежных расчетов или расчетов с использованием платежных карт исправную контрольно-кассовую технику, опломбированную в установленном порядке, зарегистрированную в налоговых органах и обеспечивающую надлежащий учет денежных средств при проведении расчетов (фиксацию расчетных операций на контрольной ленте и в фискальной памяти);
- выдавать покупателям при осуществлении наличных денежных расчетов или расчетов с использованием платежных карт в момент оплаты отпечатанные контрольно-кассовой техникой кассовые чеки;
- обеспечивать ведение и хранение в установленном порядке документации, связанной с приобретением и регистрацией, вводом в эксплуатацию и применением контрольно-кассовой техники, а также обеспечивать должностным лицам налоговых органов, осуществляющих проверку, беспрепятственный доступ к соответствующей контрольно-кассовой технике, предоставлять им указанную документацию;
- производить при первичной регистрации и перерегистрации контрольно-кассовой техники введение в фискальную память контрольно-кассовой техники информации и замену накопителей фискальной памяти с участием представителей налоговых органов.



Контроль за соблюдением организациями и предпринимателями требований Федерального закона “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт” осуществляют налоговые органы. Они также:

- осуществляют контроль за полнотой учета выручки в организациях и у индивидуальных предпринимателей;
- проверяют документы, связанные с применением организациями и индивидуальными предпринимателями контрольно-кассовой техники, получают необходимые объяснения, справки и сведения по вопросам, возникающим при проведении проверок;
- проводят проверки выдачи организациями и индивидуальными предпринимателями кассовых чеков;
- налагают штрафы в случаях и порядке, которые установлены Кодексом РФ об административных правонарушениях, на организации и индивидуальных предпринимателей, которые нарушают требования данного Федерального закона.

Органы внутренних дел взаимодействуют в пределах своей компетенции с налоговыми органами при осуществлении последними указанных контрольных функций.

*Типовыми правилами эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением*, утвержденными Министерством финансов России, установлено, что при денежных расчетах с покупателями разрешается применение только тех типов контрольно-кассовых машин, серийные образцы которых прошли испытания в установленном порядке и внесены в Государственный реестр контрольно-кассовых машин.

Ввод в эксплуатацию, техническое обслуживание, ремонт и списание контрольно-кассовых машин должны производиться заводами-изготовителями или специализированными предприятиями, техническими центрами, наделенными соответствующими правами по данному роду деятельности.

Используемые для денежных расчетов с населением контрольно-кассовые машины подлежат регистрации в налоговых органах по месту нахождения предприятия. В их обязанности также входит осуществление контроля за со-

блюдением правил использования контрольно-кассовых машин, за полнотой учета выручки денежных средств на предприятиях торговли и других предприятиях, применяющих контрольно-кассовые машины.

К работе на кассовых машинах допускаются лица, освоившие правила их эксплуатации в объеме технического минимума, с которыми заключается договор о материальной ответственности. Заводской номер машины обязательно указывается во всех документах, относящихся к ней (кассовом чеке, отчетной ведомости, паспорте, “Журнале кассира-операциониста” и др.), а также в документах, отражающих перемещение кассовой машины в связи с отправкой в ремонт, передачу другому предприятию и т. п.

Каждая контрольно-кассовая машина должна иметь паспорт установленной формы. В него заносятся сведения о вводе машины в эксплуатацию, среднем и капитальном ремонтах, а также указываются реквизиты фирменного клише с обозначением наименования предприятия и номера кассы.

Перевод суммирующих денежных счетчиков на нули (гашение) может осуществляться при вводе в эксплуатацию новой машины и при инвентаризации. При необходимости, в случае ремонта денежных счетчиков в мастерской, их гашение может осуществляться только по согласованию с органами Государственной налоговой службы РФ.

Перевод показаний денежных счетчиков оформляется актом в двух экземплярах, один из которых передается в бухгалтерию контролирующей организации, а второй остается в магазине.

Актом оформляется и передача контрольно-кассовой машины на другое предприятие или в мастерскую для ремонта и обратно. В нем фиксируются показания секционных и контрольных счетчиков (регистров). Отметка о передаче машины делается в “Журнале кассира-операциониста” и в паспорте на машину.

Оформление акта необходимо и в случае ремонта денежных счетчиков непосредственно в магазине.

Ввод в эксплуатацию новых контрольно-кассовых машин осуществляет механик организации, производящей гарантий-

ное и послегарантийное обслуживание и ремонт соответствующего типа машин. При вводе в эксплуатацию электронных контрольно-регистрирующих машин и кассовых терминалов необходимо присутствие программиста-электронщика. Механик или программист должны иметь удостоверение на право технического обслуживания и ремонта машин данного типа.

Ввод машин в эксплуатацию должен осуществляться в присутствии кассиров.

Оформление передачи машины в эксплуатацию осуществляется механиком (программистом) путем заполнения всех необходимых данных в заводском паспорте. Он же обязан опломбировать машину после установки фирменного клише с наименованием предприятия и номером контрольно-кассового узла. В электронных контрольно-регистрирующих машинах его вводят в программу машины.

До включения кассовых машин замки должны быть закрыты, а ключи (кроме ключей для перевода секционных денежных счетчиков на нули) должны храниться у директора (заведующего) магазина. Ключи для перевода денежных счетчиков на нули передаются директором магазина контролирующей организации (налоговой инспекции), где хранятся в сейфах и выдаются по письменному распоряжению руководителя и главного бухгалтера этой организации специалисту, уполномоченному для проведения проверки магазина.

Администрация магазина заводит на каждую контрольно-кассовую машину “Журнал кассира-операциониста” по установленной форме. Журнал должен быть прошнурован, пронумерован и скреплен подписями налогового инспектора, директора и главного (старшего) бухгалтера магазина и печатью.

Паспорт кассовой машины, акты, “Журнал кассира-операциониста” и другие документы хранятся у директора магазина, его заместителя или главного (старшего) бухгалтера.

Перед началом работы кассир получает под роспись все необходимое для работы на контрольно-кассовой машине (ключи от кассовой кабины, от привода кассовой машины и от денежного ящика, а также разменную монету и т. д.).

Обязанности директора магазина, либо его заместителя, дежурного администратора при подготовке кассовых машин к работе сводятся к следующему:

- открытию замка привода и счетчиков машины, снятию (вместе с кассиром) показаний секционных и контрольных счетчиков, сверке их с показаниями за предыдущий день и внесением в “Журнал кассира-операциониста”;

- оформлению начала контрольной ленты с указанием на ней типа и заводского номера машины, даты и времени начала работы, показаний секционных и контрольных счетчиков (данные на контрольной ленте заверяются подписями);

- закрытию замка показаний денежных счетчиков и выдаче кассиру (контролеру-кассиру, продавцу) ключей от замка привода машины;

- выдаче указания кассиру о мерах по предупреждению подделки чеков (шифровка чека, предельная сумма чека и т. д.);

- обеспечению кассира разменной монетой и необходимыми купюрами.

При этом кассир, контролер-кассир или продавец перед началом работы на контрольно-кассовой машине обязан:

- проверить исправность блокирующего устройства, заправить чековую и контрольную ленты, установить дататор на текущую дату, перевести нумератор на нули;

- включить машину в электросеть и получением нулевого чека проверить ее работу от электропривода;

- напечатать два-три чека без обозначения суммы с целью проверки четкости печатания реквизитов на чековой и контрольной лентах и правильности установки дататора и нумератора;

- нулевые чеки приложить в конце дня к кассовому отчету;

- установить со стороны покупателя табличку со своей фамилией;

- разместить на рабочем месте необходимый инвентарь.

В процессе обслуживания покупателя кассир (контролер-кассир, продавец) обязан определить общую сумму покупки и назвать ее, получить от покупателя деньги за товары и выполнить следующее:

- четко назвать сумму полученных денег и положить их отдельно на виду у покупателя;
- напечатать чек;
- назвать сумму причитающейся сдачи и выдать ее покупателю вместе с чеком (при этом бумажные купюры и разменную монету выдать одновременно).

Чеки контрольно-кассовых машин действительны только в течение дня выдачи их покупателю. Выдача денег по возвращенным покупателями чекам производится только при наличии на них подписи директора или заместителя директора магазина и только по чекам, выданным в данной кассе.

Неиспользованные чеки актируются в конце смены.

Кассир не имеет права снимать кассу без разрешения администрации магазина, а также не выдавать кассовые чеки покупателям.

В течение смены по указанию директора или заместителя директора магазина кассир может изменять шифр, применять штампы и оттиски “погашено”, “контроль” и т. п., а также получать распечатки по кассовой машине и изменять совместно с программистом (оператором) шифр в кассовой машине.

В случае неясного печатания реквизитов на чеке, невыхода чека или обрыва контрольной ленты кассир обязан совместно с представителем администрации магазина проверить оттиски чека на контрольной ленте, подписать чек (если чек не вышел, вместо него получить нулевой), указав на обороте правильную сумму (рубли указываются прописью) и после проверки отсутствия пропусков нумерации подписать места обрыва контрольной ленты.

В случае обнаружения неисправности контрольно-кассовой машины кассир совместно с представителем администрации магазина оформляет окончание работы на данной машине так же, как при окончании смены, с отметкой в “Журнале кассира-операциониста” времени и причины окончания работы.

Кассиру запрещено работать без контрольной ленты или склеивать ленту в местах обрыва. Нельзя допускать к кассовой машине посторонних лиц. Не разрешается покидать кассовую кабину без уведомления администрации магазина, от-

ключения кассовой машины и запираения на ключ ее и кассовой кабины. Запрещается иметь в кассе личные деньги кассира и деньги, не учтенные через кассовую машину (кроме денег, выданных перед началом работы).

Расчет за купленный в магазине товар может производиться посредством чековых книжек и кредитных карточек.

Типовыми правилами эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением установлен также порядок окончания работы на кассовой машине. При закрытии магазина или по прибытии инкассатора кассир должен подготовить денежную выручку и другие платежные документы, а также составить кассовый отчет и сдать выручку вместе с кассовым отчетом по приходному ордеру старшему (главному) кассиру, а в небольшом магазине с одной-двумя кассами — непосредственно инкассатору банка.

Представитель администрации магазина в присутствии кассира снимает показания секционных и контрольных счетчиков (регистров), получает распечатку или вынимает контрольную ленту и подписывает их концы, указав тип и номер машины, показания секционных и контрольных счетчиков, дневную выручку, дату и время окончания работы.

Отчетные ведомости показаний на конец рабочего дня вписываются в “Журнал кассира-операциониста”.

Сумма выручки определяется по показаниям секционных счетчиков (регистров) на начало и конец рабочего дня. Она должна совпадать с суммой, сданной старшему кассиру и уложенной в инкассаторскую сумку с итоговым чеком контрольно-кассовой машины. После этого делается соответствующая запись в “Журнале кассира-операциониста”, которая скрепляется подписями кассира и представителя администрации.

Данные о выявленных недостатках или излишках также заносятся в соответствующие графы “Журнала кассира-операциониста”.

По окончании работы на контрольно-кассовой машине кассир проводит ее межремонтное обслуживание.

Старший (главный) кассир после получения всех необходимых документов составляет сводный отчет за текущий день по установленной форме.

Использованные кассовые чеки и копии товарных чеков хранятся у материально ответственных лиц не менее 10 дней со дня продажи по ним товаров и проверки товарного отчета бухгалтерией. Контрольные ленты, “Журнал кассира-операциониста” и другие документы, подтверждающие проведение денежных расчетов с покупателями, должны храниться не менее 5 лет.

В Типовых правилах эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении расчетов с населением определены также:

- обязанности обслуживающих организаций и механика (оператора) по ремонту и техническому обслуживанию контрольно-кассовых машин;
- правила техники безопасности при эксплуатации контрольно-кассовых машин.

## Глава 19. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

---

### § 19.1. Принципы и нормы проектирования

Строительство торговых предприятий осуществляется по *проектам*, представляющим собой комплекс технической и конструкторской документации, содержащей обоснование, расчеты, чертежи, сметы, пояснительные записки и другие материалы.

*Обоснование* является документом, определяющим целесообразность проектирования и строительства конкретного предприятия. Принятые проектные решения обосновываются при помощи *расчетов*.

*Чертежи* служат для графического изображения проектируемого объекта (геометрической формы зданий, внутренней планировки, схем электроснабжения и т. д.).

Стоимость строительства объекта и лимит финансирования стройки определяется на основе *сметы*. Она служит также основным документом, в соответствии с которым производятся расчеты между заказчиком и подрядчиком.

С целью получения четкого представления о проектируемом объекте в проекте содержится *пояснительная записка*, в которой даются соответствующие пояснения относительно отдельных частей объекта и принятых проектных решений.

Различают два вида проектов:

- индивидуальные;
- типовые.

*Индивидуальные проекты* разрабатываются, как правило, для разового применения при возведении уникальных зданий и сооружений.



К *типовой проектной документации* относят проектную документацию, получившую положительное заключение государственной экспертизы и применяемую повторно. Типовые проекты могут использоваться многократного при строительстве одинаковых по своему назначению объектов. Типовое проектирование существенно сокращает затраты и сроки проектных работ, способствует более эффективно-му обеспечению единой технической политики в капитальном строительстве, улучшению качества проектирования. Оно является важнейшим средством обеспечения широкого использования типовых деталей, изготавливаемых при массовом строительстве.

Проектирование предприятий торговли должно основываться на следующих общих принципах:

- последовательности, т. е. первоначальном решении общих вопросов обоснования целесообразности строительства, а затем уже определении основных технологических, объемно-планировочных, конструктивных, архитектурных и других решений;
- вариантности, предусматривающей разработку нескольких вариантов проектов с целью выбора наиболее эффективного варианта;
- комплексности, предполагающей строгую взаимоувязку всех частей проекта;
- использовании в проектировании типовых проектов, что позволяет сократить затраты труда проектировщиков, снизить стоимость проектных работ и одновременно расширить применение при строительстве унифицированных деталей и узлов, прогрессивных типовых решений и т. д.;
- применении единых норм проектирования, являющихся необходимой базой для разработки высококачественных экономических проектов.

Документом, в котором содержатся основные требования к проектированию и строительству предприятий, зданий и сооружений, являются *строительные нормы и правила (СНиП)*. Этот документ является обязательным для всех проектных, строительных и монтажных организаций.

Строительные нормы и правила состоят из пяти частей:

1. Организация, управление, экономика.
2. Нормы проектирования.
3. Правила производства и приемки работ.
4. Сметные нормы.
5. Нормы затрат материальных и трудовых ресурсов.

В строительстве могут применяться и территориальные строительные нормы (ТСН). Они утверждаются компетентными органами управления республик, краев, областей и городов Российской Федерации и действуют в пределах соответствующих территорий.

При строительном проектировании руководствуются также государственными стандартами на строительные материалы и детали.

Стандартизация дает возможность ограничить число изготавливаемых типоразмеров изделий и создает условия для специализации их производства, что особенно важно при применении сборных конструкций.

Кроме того, в строительстве могут применяться стандарты предприятий (объединений) строительного комплекса (СТП) и стандарты общественных объединений (СТО). Они устанавливают для применения на данном предприятии или объединении положения по организации и технологии производства, а также способствуют обеспечению качества продукции.

Перечисленные нормативные документы являются средством государственного регулирования градостроительной деятельности. Они содержат необходимый комплекс количественных и качественных показателей, регулирующих разработку и реализацию градостроительной документации.

## **§ 19.2. Организация строительного проектирования**

Разработку строительных проектов предприятий торговли осуществляют на договорной основе проектные организации. Они выполняют проекты магазинов, оптовых баз, складов, холодильников и т. п. Все части проекта разрабатываются комплексно. Проектирование предприятий осуществляется поэтапно.

*На первом этапе* выполняются предпроектные работы, которые предусматривают разработку технико-экономического обоснования или технико-экономического расчета, а также заключение договора на проектирование.

*На втором этапе* осуществляются проектные работы, включающие изыскания (экономические и технические) и поэтапную разработку проекта.

*Третий этап* предусматривает экспертизу и утверждение проекта.

**Технико-экономическое обоснование** разрабатывается при строительстве крупных и сложных предприятий (крупных оптовых баз, торговых центров и т. п.). Оно включает следующие разделы:

- исходные данные и положения (ссылка на документы, являющиеся основанием для разработки технико-экономических обоснований; данные о техническом состоянии реконструируемого или расширяемого объекта, анализ и оценка его деятельности);

- мощность, номенклатура продукции, специализация и кооперирование предприятия;

- обеспечение предприятия сырьем, материалами и полуфабрикатами, энергией, топливом, водой и трудовыми ресурсами;

- основные технологические решения, состав предприятия, организация производства и управления;

- выбор района, пункта, площадки для строительства и их характеристика;

- основные строительные, объемно-планировочные и конструктивные решения и их основные параметры;

- организация строительства;

- охрана окружающей среды;

- расчетная стоимость строительства;

- основные технико-экономические показатели строительства и производства (эффективность капитальных вложений, удельные капитальные вложения);

- выводы и предложения;

- приложения (схема генерального плана, сводный расчет стоимости строительства и т. д.).

Технико-экономические обоснования разрабатывают застройщики с привлечением проектных или научно-исследовательских учреждений. Разработка их осуществляется за счет средств, выделяемых на проектно-изыскательские работы.

По объектам, не относящимся к крупным, составляются **технико-экономические расчеты**. Они разрабатываются исходя из схем развития и размещения предприятий соответствующей отрасли в административном районе. В них предусматриваются типизация, специализация, реконструкция и новое строительство предприятий отрасли, а также этапы и сроки ввода в действие объектов.

Взаимоотношения между заказчиком и проектной организацией регулируются с помощью **договора на проектирование**.

В договоре на проектирование должно быть указано следующее:

- наименование предприятия, здания или сооружения;
- вид строительства (новое, реконструкция или расширение);
- район, пункт, площадка для строительства;
- номенклатура продукции, мощность предприятия;
- тип зданий (этажность, количество секций и т. д.), возможность применения типовых или других видов проектов;
- требования к архитектурно-планировочному решению;
- требования по защите окружающей среды и утилизации отходов производства;
- необходимость разработки автоматизированных систем управления технологическими процессами и предприятием;
- намечаемые сроки строительства, порядок его осуществления и ввода мощностей.

Заказчик должен выдать проектной организации вместе с договором акт о выборе площадки для строительства с материалами согласования места расположения предприятия, а также строительный паспорт участка, технические условия на присоединение проектируемого предприятия к источникам снабжения, инженерным сетям и коммуникациям, сведения о застройке, подземных коммуникациях и сооружениях.

Заказчик совместно с проектной организацией определяет в договоре состав и содержание проектной документации, сроки ее разработки.

При разработке проектной документации обязательно должны соблюдаться требования действующего законодательства, СНиП и стандартов в области строительства и градостроительства, органов госнадзора.

**Проектная документация** на объекты капитального строительства непроизводственного назначения, к которым относятся и предприятия торговли, состоит из 12 разделов, требования к содержанию которых установлены Положением о составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию, утвержденным Правительством РФ:

Раздел 1 “Пояснительная записка”.

Раздел 2 “Схема планировочной организации земельного участка”.

Раздел 3 “Архитектурные решения”.

Раздел 4 “Конструктивные и объемно-планировочные решения”.

Раздел 5 “Сведения об инженерном оборудовании, о сетях инженерно-технического обеспечения, перечень инженерно-технических мероприятий, содержание технологических решений”.

Раздел 6 “Проект организации строительства”.

Раздел 7 “Проект организации работ по сносу или демонтажу объектов капитального строительства”.

Раздел 8 “Перечень мероприятий по охране окружающей среды”.

Раздел 9 “Мероприятия по обеспечению пожарной безопасности”.

Раздел 10 “Мероприятия по обеспечению доступа инвалидов”.

Раздел 10(1) “Мероприятия по обеспечению соблюдения требований энергетической эффективности и требований оснащенности зданий, строений и сооружений приборами учета используемых энергетических ресурсов”.

Раздел 11 “Смета на строительство объектов капитального строительства”.

Раздел 12 “Иная документация в случаях, предусмотренных федеральными законами”.

Проектная документация состоит из текстовой и графической частей.

*Текстовая часть* содержит сведения в отношении объекта капитального строительства, описание принятых технических и иных решений, пояснения, ссылки на нормативные и (или) технические документы, используемые при подготовке проектной документации, и результаты расчетов, обосновывающие принятые решения.

*Графическая часть* отображает принятые технические и иные решения и выполняется в виде чертежей, схем, планов и других документов в графической форме.

Правила выполнения и оформления текстовых и графических материалов, входящих в состав проектной и рабочей документации, устанавливаются Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ.

После разработки технического проекта проектная организация должна согласовать его с соответствующими организациями в части энергоснабжения, противопожарной безопасности и т. д. Затем проект направляется заказчику для согласования с ним принятых проектных решений.

Важным средством контроля за качеством проектирования является *экспертиза проектов и смет на строительство или реконструкцию предприятий, зданий и сооружений*. Порядок проведения государственной или негосударственной экспертизы определен в Градостроительном кодексе РФ.

Экспертиза предусматривает проверку:

- соответствия проектов и смет задачам научно-технического прогресса;
- экономической целесообразности нового строительства;
- прогрессивности технико-экономических показателей запроектированных предприятий по сравнению с лучшими действующими предприятиями;
- соответствия технологических процессов, основного и вспомогательного оборудования новейшим достижениям науки и техники и требованиям к рациональной организации труда;

- наличия решений, обеспечивающих создание наиболее благоприятных условий труда, а также соблюдения норм и правил по охране труда, технике безопасности и санитарно-гигиеническим условиям труда;

- соблюдения требований строительных норм и правил, государственных стандартов.

В процессе экспертизы проверяют также правильность решений генерального плана производства, соответствие архитектурно-строительных решений технологическим требованиям и т. д.

По итогам экспертизы проекта составляется заключение, в котором дается краткая характеристика проекта предприятия и описание основных проектных решений. Здесь же указываются замечания и предложения по проектным решениям, технико-экономическим показателям и сметам, делаются общие выводы о качестве проекта и даются рекомендации по внесению в него исправлений и дополнений.

## **Глава 20. ОРГАНИЗАЦИЯ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА И РЕМОНТА ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ**

---

### **§ 20.1. Организация строительства предприятий торговли**

Предприятия оптовой и розничной торговли строят подрядным и хозяйственным способами.

При *подрядном* способе строительные работы выполняются строительными и строительно-монтажными организациями на основе договора подряда, заключаемого с заказчиком (организацией или предприятием). Этим способом осуществляется основная доля строительно-монтажных работ. Он наиболее приемлем, так как строительные и строительно-монтажные организации являются постоянно действующими организациями, оснащенными необходимой строительной техникой и располагающими квалифицированными кадрами. Это дает возможность производить более качественные строительные работы и в установленные сроки.

Подрядчик может на договорных началах привлекать специальные монтажные организации для выполнения соответствующих работ. В этом случае монтажные организации выступают в качестве субподрядчиков.

При *хозяйственном* способе строительство ведется силами и средствами застройщиков (организаций или предприятий). Он применяется при реконструкции действующих предприятий, выполнении ремонтных работ, а также при возведении небольших объектов. Для выполнения этих работ



хозяйственные организации и предприятия создают строительные участки или бригады, обеспечивают их строительной техникой, закупают строительные материалы.

Началу работ по возведению и реконструкции предприятий торговли должно предшествовать проведение организационно-технической подготовки, включающей комплекс мероприятий, способствующих планомерному развешиванию и осуществлению строительства в установленные сроки. Так, строительство должно быть обеспечено необходимой проектно-сметной документацией, под него отводится соответствующая территория. Кроме того, должны быть решены вопросы размещения заказов на строительные материалы и конструкции, на поставки для строящегося объекта оборудования, заключения договора со строительной организацией и т. д.

Кроме утвержденной проектно-сметной документации для начала строительства нового предприятия торговли необходимо иметь разрешение органа архитектурно-строительного контроля на производство работ, проект организации строительства и проект производства работ, оформленное в банке финансирование, а также ордер отдела подземных сооружений на производство земляных работ на строительной площадке.

Организации и предприятия, выступающие в качестве застройщиков (заказчиков), заключают договоры подряда со строительными или строительско-монтажными организациями.

Заказчик осуществляет контроль и технический надзор за соответствием объема, стоимости и качества выполняемых работ проектно-сметной документации в период строительства.

На протяжении всего строительства объекта и сдачи его в эксплуатацию проектная организация должна осуществлять авторский надзор за счет средств, предусмотренных в смете на строительство.

Законченные строительством или реконструированные предприятия торговли должны быть приняты в эксплуатацию в соответствии с порядком, установленным строительными нормами и правилами.

Приемка осуществляется в два этапа: предварительная приемка — рабочей комиссией и окончательная — приемочной комиссией.

*Рабочая комиссия* создается заказчиком в пятидневный срок с момента получения письменного извещения генерального подрядчика о готовности объекта к приемке. В нее входят представители застройщика (заказчика), генерального подрядчика и субподрядных организаций, профсоюзной организации заказчика, проектной организации, органов государственного санитарного и пожарного надзора.

В обязанности рабочей комиссии входит: знакомство с предъявленной документацией, проверка готовности отдельных зданий и сооружений, готовности технологического оборудования к приемке в эксплуатацию, а также проверка соответствия выполненных строительно-монтажных работ проектно-сметной документации. Особое внимание должно быть уделено качеству работ.

Все выявленные дефекты и недоделки заносят в дефектную ведомость. Для их устранения устанавливают соответствующий срок. Результаты работы рабочей комиссии оформляют актом установленной формы.

Основанием для начала работы *приемочной комиссии* служит письменное сообщение генерального подрядчика о готовности объекта к сдаче в эксплуатацию.

В состав приемочной комиссии включают представителей застройщика (заказчика), генерального подрядчика, проектной организации, технической инспекции профсоюзов, органов государственного санитарного и пожарного надзора.

В ее обязанности входит: проверить документы, предъявленные застройщиком и подрядчиком; осмотреть объект; подвести итоги приемки и сделать окончательные выводы о готовности объекта к эксплуатации.

По результатам работы приемочной комиссии составляют акт о приемке объекта в эксплуатацию, в котором дают оценку качества строительства.

В эксплуатацию запрещено принимать объекты с недоделками, препятствующими их нормальному функционированию, ухудшающими санитарно-гигиенические условия и безопасность труда работников, с отступлениями от утвержденного проекта, без опробования, испытания и проверки установленного оборудования.

## § 20.2. Реконструкция и ремонт предприятий торговли

Одним из направлений развития и совершенствования материально-технической базы торговли является **реконструкция<sup>1</sup> предприятий торговли**, которая связана со значительными затратами капитальных вложений. Путем реконструкции можно в сравнительно короткие сроки осуществить совершенствование действующих предприятий и создать базу для их технического перевооружения.

На реконструкцию торгового предприятия должна быть разработана проектно-сметная документация.

Реконструкции подвергают предприятия торговли в том случае, если есть необходимость повышения технического уровня предприятия, внедрения современной технологии, улучшения условий труда работников магазина или оптовой базы. Ее проведение должно способствовать повышению культуры торгового обслуживания населения, более эффективному использованию торговых и складских площадей.

Для того чтобы обеспечить нормальное функционирование предприятий торговли в течение длительного времени, необходимо своевременно проводить мероприятия по частичному восстановлению и поддержанию зданий и сооружений в работоспособном состоянии. С этой целью проводится **планово-предупредительный ремонт зданий и сооружений**, который представляет собой совокупность организационно-технических мероприятий по надзору, уходу и ремонту, осуществляемых в плановом порядке.

---

<sup>1</sup> В Градостроительном кодексе РФ определено, что реконструкция объектов капитального строительства представляет собой изменение параметров объекта капитального строительства, его частей (высоты, количества этажей, площади, объема), в том числе надстройку, перестройку, расширение объекта капитального строительства, а также замену и (или) восстановление несущих строительных конструкций объекта капитального строительства, за исключением замены отдельных элементов таких конструкций на аналогичные или иные улучшающие показатели таких конструкций элементы и (или) восстановления указанных элементов.

Надзор за сохранностью зданий и сооружений осуществляется специальной службой организации или предприятия (отделом капитального строительства, отделом эксплуатации и ремонта и т. д.).

Уход за зданиями и сооружениями предусматривает содержание в исправном состоянии кровли, внутренних сетей водоснабжения, канализации и теплоснабжения, а также осуществление других мер, направленных на обеспечение сохранности зданий и сооружений в период их эксплуатации.

При помощи ремонта зданий и сооружений поддерживаются или восстанавливаются их первоначальные эксплуатационные качества. Он может быть текущим или капитальным.

*Текущий ремонт* предусматривает своевременное проведение профилактических мероприятий и устранение мелких повреждений и неисправностей. Работы по текущему ремонту производственных зданий и сооружений проводятся за счет эксплуатационных расходов организации или предприятия.

*Капитальный ремонт* включает работы, в процессе которых изношенные конструкции и детали зданий и сооружений заменяют новыми. Одновременно можно проводить работы по перепланировке помещений, замене системы отопления, устройству лифтов, улучшению бытовых условий.

В зависимости от капитальности зданий и условий их эксплуатации капитальный ремонт может проводиться с периодичностью от 5 до 20 лет.

Работы по капитальному ремонту зданий и сооружений должны проводиться в плановом порядке.

Если капитальный ремонт связан с заменой некоторых конструкций зданий или сооружений, то такие работы должны осуществляться только на основе проектно-сметной документации, состоящей из краткой пояснительной записки, рабочих чертежей и сметной документации.

Предельный срок продолжительности капитального ремонта здания или сооружения зависит от сметной стоимости работ и может составлять от одного месяца до одного года.

Капитальный ремонт предприятий торговли может осуществляться подрядным или хозяйственным способом.

**ПЕРЕЧЕНЬ  
нормативных правовых документов,  
регламентирующих торговую деятельность<sup>1</sup>**

Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.  
Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ.  
Кодекс РФ об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ.

Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ.

Воздушный кодекс РФ от 19.03.1997 № 60-ФЗ.

Кодекс торгового мореплавания РФ от 30.04.1999 № 81-ФЗ.

Кодекс внутреннего водного транспорта РФ от 07.03.2001 № 24-ФЗ.

Устав железнодорожного транспорта РФ от 10.01.2003 № 18-ФЗ.

Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта от 08.11.2007 № 259-ФЗ.

Градостроительный кодекс РФ от 29.12.2004 № 190-ФЗ.

Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”.

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-I “О защите прав потребителей”.

Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ “О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля”.

Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-I “О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации”.

Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ “О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт”.

Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ “О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции”.

---

<sup>1</sup> Реквизиты нормативных правовых документов приведены на момент их принятия (утверждения). При использовании документов необходимо руководствоваться их действующими редакциями, с учетом внесенных изменений.

Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ “Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака”.

Постановление Правительства РФ от 16.06.1997 № 720 “Об утверждении перечня товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде и на которые изготовитель обязан устанавливать срок службы, и перечня товаров, которые по истечении срока годности считаются непригодными для использования по назначению”.

Постановление Правительства РФ от 23.04.1997 № 481 “Об утверждении перечня товаров, информация о которых должна содержать противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний”.

Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 № 55 “Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации”.

Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 “Об утверждении перечня технически сложных товаров”.

Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 “Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом”.

Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 № 918 “Об утверждении Правил продажи товаров по образцам”.

Постановление Правительства РФ от 06.06.1998 № 569 “Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами”.

Постановление Правительства РФ от 16.02.2008 № 87 “О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию”.

Постановление Правительства РФ от 15.04.2011 № 272 “Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом”.

Прейскурант № 10-01 “Тарифы на перевозку грузов и услуги инфраструктуры, выполняемые российскими железными дорогами (Тарифное руководство № 1, части 1 и 2). Утвержден поста-

новлением Федеральной энергетической комиссии РФ от 17.06.2003 № 47-т/5.

Правила применения ставок платы за пользование вагонами и контейнерами федерального железнодорожного транспорта (Тарифное руководство № 2). Утверждены постановлением Федеральной энергетической комиссии РФ от 19.06.2002 № 35/12.

Правила применения сборов за дополнительные операции, связанные с перевозкой грузов на федеральном железнодорожном транспорте (Тарифное руководство № 3). Утверждены постановлением Федеральной энергетической комиссии РФ от 19.06.2002 № 35/15.

Правила приема заявок на перевозку грузов железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 16.06.2003 № 21.

Правила заполнения перевозочных документов на перевозку грузов железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 39.

Правила приема грузов к перевозке железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 28.

Правила пломбирования вагонов и контейнеров на железнодорожном транспорте. Утверждены Приказом МПС России от 17.06.2003 № 24.

Правила хранения грузов в местах общего пользования при перевозке железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 47.

Правила выдачи грузов на железнодорожном транспорте. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 29.

Правила составления актов при перевозках грузов железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 45.

Правила предъявления и рассмотрения претензий, возникших в связи с осуществлением перевозок грузов железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 42.

Правила исчисления сроков доставки грузов железнодорожным транспортом. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 27.

Правила перевозок железнодорожным транспортом грузов в открытом подвижном составе. Утверждены Приказом МПС России от 16.06.2003 № 19.

Правила перевозок железнодорожным транспортом грузов мелкими отправами. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 33.

Правила перевозок железнодорожным транспортом грузов в универсальных контейнерах. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 30.

Правила перевозок железнодорожным транспортом грузов в специализированных контейнерах. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 31.

Правила перевозок железнодорожным транспортом грузов в транспортных пакетах. Утверждены Приказом МПС России от 17.06.2003 № 23.

Правила перевозок железнодорожным транспортом скоропортящихся грузов. Утверждены Приказом МПС России от 18.06.2003 № 37.

Правила противопожарного режима в РФ. Утверждены постановлением Правительства РФ от 25.04.2012 № 390.

СП 2.5.1250-03 “Санитарные правила по организации грузовых перевозок на железнодорожном транспорте”. Утверждены Главным государственным санитарным врачом РФ 24.03.2003.

СП 2.3.6.1066-01 “Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов”. Утверждены Главным государственным санитарным врачом РФ 06.09.2001.

ГОСТ Р 51303-2013 “Торговля. Термины и определения”. Утвержден Приказом Ростехрегулирования от 28.08.2013 № 582-ст.

ГОСТ Р 51304-2009 “Услуги торговли. Общие требования”. Утвержден Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 769-ст.

ГОСТ Р 51305-2009 “Услуги торговли. Требования к персоналу”. Утвержден Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 770-ст.

ГОСТ Р 51773-2009 “Услуги торговли. Классификация предприятий торговли”. Утвержден Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 771-ст.

Инструкция “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству”. Утверждена Постановлением Госарбитража СССР от 15.06.1965 № П-6.

Инструкция “О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству”. Утверждена Постановлением Госарбитража СССР от 25.04.1966 № П-7.

Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 22.10.1997 № 18 “О некоторых вопросах, связанных с применением положений Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре поставки”.



Главный редактор — А. Е. Илларионова  
Художник — Т. И. Такташов  
Верстка — Н. А. Кирьянова  
Ответственный за выпуск — Т. А. Смирнова

*Учебное издание*

**Дашков Леонид Павлович,  
Памбухчиянц Валерий Кеворкович,  
Памбухчиянц Ольга Валерьевна**

Организация, технология  
и проектирование предприятий  
(в торговле)

Санитарно-эпидемиологическое заключение  
№ 77.99.60.953.Д.007399.06.09 от 26.06.2009 г.

Подписано в печать 20.06.2015. Формат 60×90 1/16.  
Бумага офсетная № 1. Печ. л. 28,5.  
Тираж 500 экз. (2-й завод 201–500 экз.). Заказ №

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»  
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.  
Тел.: (495) 668-12-30, 8(495) 741-34-28, 8(499) 183-93-23  
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;  
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

